



العدد ٦٣١ • السنة الرابعة والخمسون • حزيران (يونيو) ٢٠٢٤
AL BAYAN ECONOMIC • ISSUE No 631 • 54 YEARS • JUNE 2024

الدول العربية وجهة جديدة للسياحة المتنوعة في العالم





ARTIC

Al Rayyan Tourism Investment Co.

شركة الريان للاستثمار السياحي

Setting Benchmarks In Global Hospitality

علامة فارقة في عالم الضيافة



الدول العربية وجهة جديدة للسياحة المتنوعة في العالم

وتجدر الإشارة إلى أن الاستراتيجية الوطنية تهدف إلى ستة ملايين سائح بحلول العام ٢٠٣٠، وزيادة مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي من ٧٪ إلى ١٢٪، وترسيخ قطر كوجهة مفضلة للعائلات والرياضة. ولا بد من التطرق إلى مملكة البحرين التي لطالما كانت مقصداً سياحياً للعرب والأجانب في العالم العربي ومنفذاً مهماً نظراً للمقومات السياحية والانفتاح اللذين تتمتع بهما.

وكذلك بالنسبة لجمهورية مصر العربية التي تتمتع بتاريخ مليء بالحضارات وكانت وما زالت مقصداً سياحياً عالمياً. أما سلطنة عُمان، فهي وجهة سياحية طبيعية وثقافية فريدة من نوعها. وكانت قد أعلنت المنظمة العربية للسياحة مؤخراً، اختيار ولاية صور في السلطنة، عاصمة للسياحة العربية لعام ٢٠٢٤ نظراً للأهمية الثقافية والتاريخية والجغرافية لهذه الولاية العريقة، وهي تبعد عن العاصمة مسقط حوالي ٣٣٧ كلم. ويتوقع أن ينمو عدد الوافدين إلى سلطنة عُمان بنسبة ٢٤,٧٪ على أساس سنوي في هذا العام ليصل إلى إجمالي ٥,٣ مليون.

ولا بد أيضاً من أن نذكر لبنان الذي كان يعتبر «سويسرا الشرق» والمنفس الوحيد للعرب، فهو بلد يتمتع بكل المقومات السياحية على مدار السنة، ورغم الظروف غير المستقرة التي لا تفارقه، استطاع لبنان من احتلال المرتبة الثامنة عربياً في تقرير منتدى الاقتصاد العالمي بحسب مؤشر تنمية السفر والسياحة والمرتبة ٧٩ عالمياً، وأحرز تقدماً ملحوظاً في مؤشر تطوير السياحة والسفر. وذلك إن دلّ على شيء فهو أن لبنان يتنفس سياحة وكرم الضيافة فهو لطالما واجه الحروب والأزمات وبقي وجهة سياحية غنية بالتاريخ والثقافة والتنوع الطبيعي والسهرات والمطبخ اللبناني والتسوق. وطبعاً إن ما يحرزه لبنان في مجال السياحة هو إنجاز بحد ذاته، ويعود الفضل أولاً إلى اللبنانيين السكان والمغتربين. اعتدنا في مجلة «البيان الاقتصادية» على إصدار عدداً خاصاً بالسياحة العربية يكون فريداً من نوعه ويضم مقابلات مع أبرز مدراء الفنادق المنتشرة في المنطقة وهيئات السياحة، بهدف إطلاع متابعينا حول أهم المناطق السياحية العربية وأفضل الفنادق وما تقدمه للنزلاء من خدمات وتجارب فريدة، كما يضم العدد تغطية سوق السفر العربي ٢٠٢٤ وقائمة بأبرز مدراء الفنادق والسلاسل الفندقية الذين لعبوا دوراً في تنمية السياحة العربية. في ما يأتي التفاصيل.

كارلا موريس نجيم

لا نستغرب وصول الوجهات الخليجية إلى الصدارة كأفضل وجهات السفر في العالم في تقرير أصدره المنتدى الاقتصادي العالمي لعام ٢٠٢٤. وقد احتلت دولة الإمارات العربية المرتبة الأولى عربياً والمرتبة ١٨ عالمياً في مؤشر تنمية السياحة والسفر، بينما احتلت المملكة العربية السعودية المرتبة الثانية عربياً والمرتبة ٤١ عالمياً واحتلت دولة قطر المرتبة الثالثة عربياً والمرتبة ٥٣ عالمياً، والفضل يعود إلى توافر المعايير الجاذبة لتدفق السواح من كل أنحاء العالم إلى هذه الدول، فقد عملت الحكومات العربية على توفير أفضل البنى التحتية، وعملت على تطبيق معايير الإستدامة بشكل كبير، إضافة إلى توافر العمالة والمنافسة، والأمن والاستقرار.

من هنا، لا بد من التعليق على مقومات السياحة للدول العربية الثلاث الأولى المذكورة آنفاً: فقد عمدت الإمارات رؤية إستشرافية بهدف تحقيق «الإستراتيجية الوطنية للسياحة ٢٠٣١»، وقد حرصت على توفير بنية تحتية متطورة وعلى تقديم أفضل المنتجات والخدمات السياحية وعلى توفير تجربة فريدة للسائحين.

وتجدر الإشارة إلى أن القطاع السياحي الإماراتي حقق نمواً كبيراً بنسبة ٢٦٪ في العام ٢٠٢٣ مقارنة بالعام ٢٠٢٢، لتصل مساهمته من الناتج المحلي الإجمالي للدولة لنحو ٢٢٠ مليار درهم، أي ما يعادل ١١,٧٪ من إجمالي الناتج المحلي للدولة.

أما المملكة العربية السعودية فقد اتخذت في السنوات الأخيرة خطوات متقدمة لتنمية قطاع السياحة محققة أهداف الإستراتيجية الوطنية للسياحة باكراً، فقد ألغت تأشيرات الدخول وسهلت معاملات السفر إلى المملكة إلى ٤٩ جنسية، إلى جانب فتح مقاصد سياحية جديدة مثل الدرعية والبحر الأحمر ونيوم حيث ستفتتح جزيرة سندالة قريباً، ووصل عدد السياح من الخارج إلى ٢٧ مليون سائح خلال العام ٢٠٢٣ و٧٧ مليون سائح من الداخل. وتستهدف وزارة السياحة الوصول إلى ١١٠ مليون سائح خلال هذا العام وإلى ١٥٠ مليون بحلول العام ٢٠٣٠.

أما دولة قطر فهي أيضاً من أحد أهم الوجهات السياحية والأسرع نمواً في منطقة الشرق الأوسط، حيث ازدهرت السياحة بعد كأس العالم وأصبحت بالتالي على الخارطة السياحية العالمية، وتشير البيانات عن ارتفاع ملحوظ بعدد الوافدين الدوليين، وقد زاد عدد الزوار بنسبة ٥٣٪ مقارنة مع العام الماضي.

Available on



press reader
— connecting people through news —



المؤسس انطوان زخور

Editor in Chief :

Emile ZAKHOUR

www.albayanmagazine.com
info@albayanmagazine.com



AL BAYAN
THE LEADING ARAB ECONOMIC MAGAZINE

اسبوعية تصدر شهرياً مؤقتاً
تأسست عام ١٩٧٠
تصدر عن شركة البيان
للطباعة والنشر والتوزيع

الشيخ أحمد بن سعيد يفتتح فعاليات معرض سوق السفر العربي ٢٠٢٤ المعرض يؤكد مكانة دبي ويبرز دورها في تشكيل ملامح مستقبل السياحة



من اليمين: الشيخ عبد الرحمن آل ثاني ومحمد الأصمخ
KATARA HOSPITALITY



ناصر النويس
ROTANA



الافتتاح



شادي رميلي

JA RESORTS & HOTELS



فريدا عودة

JA RESORTS & HOTELS



Kazem Shamas

Sheraton Grand Doha



فريق عمل ARTIC

افتتح سمو الشيخ أحمد بن سعيد آل مكتوم، رئيس هيئة دبي للطيران المدني رئيس مؤسسة مطارات دبي الرئيس الأعلى الرئيس التنفيذي لطيران الإمارات والمجموعة، فعاليات الدورة الـ ٣١ من معرض «سوق السفر العربي» ATM، الحدث العالمي الرائد في مجال السفر والسياحة، بمشاركة قياسية هي الأكبر في تاريخ الحدث بنحو ٢٣٠٠ عارض يمثلون ١٦٥ دولة.

وأكد الشيخ أحمد خلال الافتتاح أن الإقبال الكبير على حضور نسخة هذا العام من سوق السفر العربي من جانب القائمين على صناعة السياحة والسفر والضيافة حول العالم يؤكد مكانة دبي كوجهة رئيسة لأنشطة السياحة والسفر في المنطقة، ويبرز دورها في تشكيل ملامح مستقبل السفر والسياحة من خلال جمعها لأبرز قادة القطاع على مستوى العالم.

وركز معرض سوق السفر العربي ٢٠٢٤ على موضوع «تمكين الابتكار: تحول قطاع السفر من خلال ريادة الأعمال»، مع تسليط الضوء على رواد الأعمال ذوي الرؤى المستقبلية في قطاعات الطيران والإقامة والضيافة ومناطق الجذب السياحي، والتأكيد على دورهم المؤثر في مستقبل القطاع.



فريق عمل ACCOR



فريق عمل IHG



من اليسار: محمد عوض الله و WILLIAM COSTLEY
TIME HOTELS



سالم الشهري
أكور - مكة المكرمة



محمد حسن
جيوان للفنادق والمنتجعات



أحمد حسيب
جيوان للفنادق والمنتجعات



من اليمين: محمد عسكري و PETER HOESLI
MOVENPICK RIYADH



من اليمين: حسين الحداد / QATAR TOURISM
وشادي قاسم / HILTON QATAR



من اليمين: اندريه سعاده و ربيع بعينو
IHG GROUP



فريق عمل HILTON - LONDON



FROM LEFT: ELIAS CHAKHTOURA WITH FAIRMONT AJMAN & FUJAIRAH BEACH RESORT TEAM



أمينة حمدي / PARK HYATT - JEDDAH



رامي الجعبري، صالح البطاينة، بزن عبداللطيف وهشام الأنصاري



MOHAMMED IQBAL AND ANTOINE SAYEGH / MOUROUJ GLORIA



Lorenzo Vivaldelli
Parklane



Michael Goetz
Mövenpick Hotel Jumeirah Beach



مدراء في شركة HYATT



MARKO JOVANOVIC
SEALINE BEACH A MURWAB RESORT



خالد صعب
فندق رزيدنس إن الشيخ زايد من ماريوت



سايمون سمير مع أركان فنادق STELLA DI MARE



سيبال ضو وكارل انجيم



VINCENT COSTE & ANAS ABDULLAH



حيدر دباعين، فراس العلي و ANDRE BORG



علي موسى / THE CHEDI KATARA



أركان شركة الخزامى



Nemo Acimovic / Bab Al Qasr



من اليسار: مصطفى العناني وفيصل عبدالله / ACCOR



من اليمين: وسام سليمان، IRFAN SHARIEF، يزن عبداللطيف ومارك مطر



من اليمين: خالد الجمل، حسن بركات، يعرب إسطنبولي وفادي عيسى / MARRIOTT



AMIR GOLBARG & HANA FUCHS
MINOR



Anna Olsson
Fairmont & Raffles Doha



GEORGE DEMITRY & CHRISTIAN PALACIN
CITY SEASONS



من اليمين: زياد ملاح ويزن عبداللطيف



كفاح بن حسين / حياة ريجنسي الرياض



هادي المدؤر / JW MARRIOTT HOTEL MUSCAT



من اليمين: زياد ملاح ويزن عبداللطيف



فريق عمل CHEVAL COLLECTION



سامر الحمصي / METROPOLITAN HOTEL DUBAI



محمد سعيد / Royal Caribbean Arabia



موسي حايك داخل جناح AL BUSTAN CENTER & RESIDENCE



رواد من قطاع الضيافة



من اليمين: شريف المنصوري، شارل صليبا، طارق نور ومعتز سليمان



فريق عمل فندق TWO SEASONS



بول دياب
LOUVRE HOTELS GROUP



JOSEPH KARAM & MAR SANCHEZ
ISHRAQ



جاد أفرام
QASR AL SARAB



داني ديمرجيان و FARAH FERNANDEZ
IHG ABU DHABI

ناصر النويس (رئيس مجلس إدارة شركة روتانا لإدارة الفنادق):

فنادق «روتانا» تجمع بين فهم ثقافة الشرق الأوسط وخبرات فريقها العالمية



يدعم أعمال شركة «روتانا» لإدارة الفنادق ROTANA جمعها بين الفهم الفريد لثقافة الشرق الأوسط ومجتمعاته والخبرات الدولية التي يتمتع بها فريق العمل في صناعة الخدمات.

وتقدم فنادق روتانا ومنتجعاتها ما يتوافق مع متطلبات النزلاء حيث واعتمد نجاح العلامة التجارية على مرافق الإقامة ذات الأربع والخمس نجوم، وعلى قدرتها على تطوير العديد من المرافق المميزة في عالم المطاعم. وتخطط روتانا لزيادة عدد فنادقها لتتجاوز المئة بحلول عام ٢٠٢٦، بعدما انطلقت أعمالها بفندقين عام ١٩٩٢.

في مقابلة «البيان الاقتصادية» مع رئيس مجلس إدارة شركة روتانا لإدارة الفنادق Rotana السيد ناصر النويس، وهو شخصية بارزة في عالم الضيافة والسياحة حيث مهد الطريق لنمو القطاع إقليمياً وأستحق جائزة «إنجاز العمر» في العام ٢٠٢٢ نظراً إلى كونه رائداً في قطاع الضيافة ولديه بصمة استثنائية في المنطقة فقال «إن القطاع السياحي الفاخر يشهد

ازدهاراً في دولة الإمارات والمنطقة العربية، مع ازدياد الطلب عليه، وأكد على أهمية قطاع السياحة في اقتصاديات الدول، إذ أنها تشكل حوالي ١٥٪ من الدخل المحلي. من جهة أخرى، تولي دولة الإمارات العربية المتحدة أهمية كبرى لموضوع الاستدامة والسياحة الخضراء. كما تطرق السيد النويس إلى ضرورة تلبية حاجات السياح المختلفة والمتنوعة. وأكد على أنه للنجاح في قطاع الضيافة لا بد من التفاني في خدمة الزوار، مشيراً إلى أن مجموعة روتانا تسعى دائماً إلى التطور والتوسع.

■ ■ ■ القطاع السياحي الفاخر يزدهر في الإمارات ■ ■ ■

والسياحة الخضراء والاستدامة أسوة بكل الدول، ما يعكس رؤيتها الطموحة لتطوير قطاع السياحة والضيافة، بما يتناسب مع حاجات الزوار وتطلعاتهم.

مجموعة متنوعة من المنتجات والفنادق

■ ماذا عن إطلاق العلامات التجارية في روتانا، من حيث عدد النجوم والمنتجات الفاخرة؟

– يشهد القطاع السياحي الفاخر ازدهاراً في دولة الإمارات مع ازدياد الطلب على المنتجات الفاخرة وفنادق الخمس نجوم، إلا أن الطلب يشمل أيضاً الفنادق من فئات ٤ و ٣ نجوم، التي توليها الشركة أهمية لتلبية حاجات

الزبائن وقدراتهم في شكل أوسع، فتمتيز روتانا بمجموعة متنوعة من المنتجات والفنادق. ومع استراتيجيتنا الطموحة لإضافة ٣٠ منشأة أخرى إلى محفظتنا بحلول عام ٢٠٢٦، نمضي قدماً نحو أسواق جديدة لتقديم عروض الضيافة المتميزة من روتانا إلى جمهور عالمي أوسع.



■ مع دخول قطاع السياحة والضيافة في عصر جديد، ما هي تطلعاتكم للتحول من خلال خبرتكم في هذا القطاع؟

– يخدم قطاع السياحة كل المجتمعات، ويساهم في شكل كبير في نموها وازدهارها، من خلال زيادة الدخل الوطني وتنشيط قطاع التجارة والصناعات التي لها علاقة بالسياحة وزيادة الاستثمار المحلي والأجنبي، وتوسيع شبكات النقل وانتشار وكالات السياحة والسفر، فضلاً عن تأمين فرص العمل لعدد كبير من اليد العاملة في الإمارات وفي غيرها من البلاد، حيث تمثل السياحة في بعض الدول نحو ١٥٪ من الدخل المحلي.

تطوير قطاع السياحة والضيافة

■ ما هي المتطلبات الجديدة للسياح؟

– كل الصناعات تتطور في عصر التكنولوجيا، وتشهد السياحة أيضاً تطوراً في هذا الإطار، وتولي الإمارات اهتماماً خاصاً بالمناخ



من اليمين: ادي طنوس، رئيس هيئة السياحة في المملكة العربية السعودية
فهد حميد الدين، شيخة النويس و PHILIP BARNES



من اليسار: أمل حرب، ناصر النويس، سليم الزير و كارلا نجيم
داخل جناح ROTANA

” نتواجد في ٢٦ مدينة وننفذ خطط التوسع بناء على الدراسات والمتابعة والمراقبة “



–تستمر «روتانا» بالعمل على خطط التوسع والنمو داخل دولة الإمارات وخارجها، بهدف تعزيز تواجد «روتانا» محلياً وإقليمياً، وخصوصاً في الدول القريبة من الإمارات. فمن أبوظبي والإمارات الى لبنان ومصر والسعودية وقطر إلى تركيا وأفريقيا والمملكة المتحدة وأوروبا الشرقية، تتواجد «روتانا» في ٢٦ مدينة وتعتمد في تنفيذ الخطط التوسعية على إجراء الدراسات والمتابعة والمراقبة. ■



التفاني في خدمة الزوار

■ ما هي الرسالة التي توجهونها لكل مبتدئ في قطاع الضيافة؟
–لا يمكن النجاح في هذا القطاع من دون التفاني في خدمة الزوار، وذلك بالحفاظ على بشاشة الوجه وسعة الصدر والتميز بالصبر والقدرة على استيعاب متطلبات الآخرين.

خطط للتوسع والنمو داخل دولة الإمارات وخارجها

■ هل هناك أي جديد لناحية التوسع في روتانا جغرافياً؟

ROTANA أفضل علامة تجارية فندقية في الشرق الأوسط



حصلت شركة روتانا لإدارة الفنادق على أكثر من جائزة مرموقة خلال حفل توزيع جوائز Business Traveler الشرق الأوسط، من بينها جائزة «أفضل علامة تجارية فندقية في الشرق الأوسط»، كما حصل فندق البوليفارد أركان من روتانا على جائزة «أفضل فندق أعمال في عمان». وتعد هذه الجوائز اعترافاً بتفاني فريق عمل الشركة وسعيه الدائم لتوفير أفضل الخدمات الفندقية للضيوف والاستمرار بالحفاظ على أعلى معايير الخدمة والتميز في مجال صناعة الضيافة.

الشيخ عبد الرحمن آل ثاني

(مسؤول تنفيذي - التسويق والاتصالات المؤسسية KATARA HOSPITALITY)؛



من اليمين: الشيخ عبد الرحمن آل ثاني ومحمد الأصمخ

نتوقع استمرار الزخم السياحي في الدولة وهي وجهة مثالية على خريطة السياحة العالمية

تمزج شركة كتارا للضيافة KATARA HOSPITALITY العالمية في إدارة تطوير المنشآت الفندقية وتشغيلها بين الحدائق باعتمادها المعايير العصرية في عالم الضيافة، والأصالة التي تجسد التقاليد العربية كي يتعرف عليها الزوار وتبقى في الذاكرة.

تمتد خبرة الشركة في مجال الضيافة لأكثر من ٤٥ عاماً وهي تملك وتدير أكثر من ٤٢ فندقاً، ويتوزع ١٢ فندقاً عبر أربع قارات في ١٢ دولة. وبحكم ريادتها في قطاع الضيافة، فهي تضطلع بدور داعم للرؤية الاقتصادية الطويلة الأمد للدولة.

ولن تتوقف الشركة عن توسيع شبكة فنادقها في الداخل والخارج، إذ توقع مسؤول تنفيذي - التسويق والاتصالات المؤسسية KATARA HOSPITALITY الشيخ عبد الرحمن آل ثاني في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، استمرار الزخم السياحي في دولة قطر، في ظل مواصلة المعنيين بذل مزيد من الجهود لجعل الدولة وجهة مثالية على خريطة السياحة العالمية.

ومنذ بداياتها اعتمدت كتارا للضيافة نهجاً رائداً في أعمالها، حيث استقطبت أشهر الفنادق العالمية إلى البلاد، فضلاً عن سعيها الدائم إلى تسليط الضوء على الإمكانيات الكبيرة التي تزخر بها دولة قطر.

توقيع مذكرات تفاهم واستقطاب استثمارات متنوعة للبلاد

■ ما هو الدور الذي تلعبه كتارا للضيافة في تطوير القطاع السياحي؟

- بالتعاون مع الكثير من الجهات السياحية في الدولة ولتعزيز الحركة السياحية وتنشيطها، تلعب كتارا دوراً في هذا الشأن من خلال توقيع عدد من مذكرات التفاهم واستقطاب استثمارات متنوعة للبلاد.

تُضاف إلى ذلك الجهوزية الكاملة لـ «كتارا للضيافة»، للمشاركة في مختلف الفعاليات المحلية والإقليمية، إلى جانب قطر للسياحة للتسويق للمقومات السياحية والثقافية والترفيهية للدولة، والمساهمة في استقطاب مزيد من الزوار من جنسيات مختلفة، فضلاً عن مساهمتها الفاعلة في ترقية العمل الفندقية عبر محفظتها التي تضم أشهر العلامات الفندقية.

■ هل لنا بفكرة عن أبرز مشاريعكم المستقبلية؟

- تميّزت كتارا للضيافة في تحقيق النجاح في كل مناطق عملياتها، مستندة إلى إرث فندقي وتاريخ حافل وزاخر بالإنجازات، كما ستواصل الشركة توسيع محفظتها من الفنادق الشهيرة، لكن ستركز عملياتنا في المدى المنظور في السوق القطرية.

لنجاح بطولة كأس العالم ٢٠٢٢ دور محوري في دعم نمو صناعة السياحة

■ كيف نقيّمون القطاع السياحي في دولة قطر؟

- نجاح بطولة كأس العالم ٢٠٢٢ لعب دوراً محورياً في دعم نمو صناعة السياحة والتعريف بالمقومات السياحية لدولة قطر، حيث شهد القطاع ارتفاعاً كبيراً في أعداد الزوار من مختلف دول العالم، نتيجة نجاح الدولة في الاستثمار بالمقومات الطبيعية وتطوير البنية التحتية ومرافقها السياحية الرائعة، إلى جانب استضافة مجموعة من الفعاليات والبطولات في مجالات متنوعة، ما جعل الدولة وجهة مثالية للزوار من مختلف الجنسيات نظراً إلى تنوع الخدمات الفندقية والسياحية. ويتوقع استمرار هذا الزخم السياحي في ظل مواصلة المعنيين بذل مزيد من الجهود لجعل دولة قطر وجهة مثالية على خريطة السياحة العالمية. ■

■ ما هي القيمة المضافة من مشاركتكم في معرض سوق السفر العربي؟

- تُعد مشاركتنا تحت مظلة قطر للسياحة قيمة مضافة بالنسبة إلينا، لما تلعبه من دور بارز في التسويق لدولة قطر كوجهة سياحية عالمية، والتعريف بالمقومات الفريدة، التي تمزج بين التقاليد العربية الأصيلة والحدائق. كما تمثل كتارا للضيافة جزءاً أساسياً من استراتيجية التسويق والاستثمار السياحي في قطر، انطلاقاً من خبرتها الممتدة لأكثر من ٤٥ عاماً في قطاع الضيافة، وتواصل تنفيذ خططها الاستراتيجية للتوسع من خلال الاستثمار في الفنادق الرائدة في قطر، في وقت تعمل على تنمية مجموعتها من العقارات الفاخرة في الأسواق العالمية الرئيسية.

التوسع على الصعيدين المحلي والعالمي

■ ما هي أبرز إنجازات كتارا للضيافة وتطلعاتها؟

- ستواصل كتارا للضيافة من خلال صروحها ومنشآتها المميزة وسمعتها الحسنة التوسع على الصعيدين المحلي والعالمي، انطلاقاً من رؤيتها الطموحة للتسويق لدولة قطر كمرکز للأعمال والاستجمام على حد سواء. من هنا تحرص على استكشاف الفرص الجديدة لخلق قيمة مستدامة، مع التطلع الدائم إلى مستقبل واعد مفعم بالنجاح، والالتزام الكامل بأعلى معايير الجودة والخدمة.

وينصب تركيزنا حالياً على السوق القطرية والدخول في استثمارات ومشاريع تخدم الدولة، وتساهم في الارتقاء بقطاع الضيافة عبر محفظة متنوعة من الفنادق.

تعاون.. وتسيق

■ كيف تصفون التعاون القائم بين كتارا للضيافة وقطر للسياحة؟

- نحن فخورون بالتعاون والتنسيق المستمر مع الهيئة العامة للسياحة في الكثير من المجالات، في إطار تعزيز تجربة الزائر ووضع خطة شاملة للترويج لفرص الاستثمار في القطاع السياحي، الذي يُعد أحد أهم ركائز التنوع الاقتصادي لدولة قطر.

وبالتالي ينعكس هذا التعاون إيجاباً على السوق المحلية بما يصب في مصلحة الاقتصاد الوطني، ويمثل التزامنا الراسخ بالاستثمار في سبيل تطوير صناعة السياحة وتعزيز مستويات الضيافة في الدولة.



KATARA
HOSPITALITY

نطوّر عالم الضيافة.

الفخر هو ما نشعر به عند استذكار ماضيها، والشغف هو ما يبني حاضرنا، أما الغد، فله منا كل التميّز.
كتارا للضيافة. نُجذّد التاريخ. نُلهم الأجيال. نُرحّب بالعالم.



طارق محمود السيد

(العضو المنتدب الرئيس التنفيذي لشركة الريان للاستثمار السياحي «آرتك»):



جذبنا علامات تجارية جديدة وعصرية إلى السوق القطرية

لا تتوقف شركة الريان للاستثمار السياحي «آرتك» ARTIC عن البحث عن فرص استثمارية جديدة تتماشى مع استراتيجيتها الرامية إلى تحقيق مزيد من الانتشار في السوق القطرية وأسواق العالم، والتي ستمكّنها من تعزيز تحولها إلى مؤسسة عالمية وإلى شريك مفضل في قطاع الفنادق والضيافة.

تعمل آرتك التي تأسست عام ٢٠٠٣ وهي شركة فرعية مملوكة بالكامل من شركة الفيصل القابضة ومقرها قطر، في مجال التطوير العقاري والاستحواذ والتأجير، مركزة في شكل أساس على قطاع الضيافة والخدمات المتعلقة به في قطر والعالم. إذ تضم محفظتها الاستثمارية أكثر من ٣٤ عقاراً مشهوراً في مواقع رئيسية في وسط المدينة والمنتجعات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وأوروبا وأميركا الشمالية.

ونجحت شركة ARTIC في عقد شراكات قوية وطويلة الأمد مع مشغلين عالميين وعلامات فندقية دولية، بفضل وضعها المالي السليم والتزامها أعلى معايير الأعمال.

وتحدّث العضو المنتدب الرئيس التنفيذي لشركة الريان للاستثمار السياحي «آرتك» السيد طارق محمود السيد، الذي صنفته فوربس ضمن أقوى قادة السياحة والسفر في المنطقة للعام ٢٠٢٤، في مقابلة مع «البيان الاقتصادية» عن هذا النجاح، مشيراً إلى «أننا تمكّنا في «آرتك» خلال السنوات القليلة الماضية، من جذب علامات تجارية جديدة إلى السوق القطرية ذات مفهوم عصري وحديث تلبي متطلبات السائح».

ولا يقتصر نشاط الشركة على قطاع الضيافة، إذ تلتزم مسؤولية مجتمعية، وقد ترجمت ذلك بحسب ما أعلن السيد بـ «إطلاق برنامج «آرتك للتميز في الضيافة» الذي يُعتبر جزءاً من هذه المسؤولية، ويعكس التزامنا بتطوير صناعة الضيافة»، موضحاً أن هذا البرنامج، يتيح فرص تدريب وتطوير لطلاب كلية السياحة والفندقة.

«تعكس البيئة الاقتصادية القوية لدولة قطر وفرة الفرص المتاحة والاستثمارات الضخمة»

التقييد بالمبادرات والممارسات الصديقة للبيئة

■ في رأيكم، كيف يمكن أن يكون السفر أكثر استدامة؟

– تُظهر الأنماط الأخيرة في صناعة السفر تحولاً نحو السفر التجريبي والسياحة الصحية والمستدامة، إذ يبحث المسافرون في شكل متزايد عن تجارب فريدة من نوعها، فضلاً عن مبادرات الاستدامة في الفنادق، بما في ذلك الممارسات الصديقة للبيئة، وحلول الطاقة المتجددة، والشهادات البيئية.

ولتلبية الطلب على السياحة المستدامة، وفّرنا في آرتك هذه التجارب عبر عدد من فنادقنا، حيث أطلقنا عام ٢٠٢٢ فندق السمرية أو توغراف كولكشن، والذي بنّيناه خارج مدينة الدوحة، في منطقة هادئة وذات طبيعة خلابة، ضمن مزرعة الشيخ فيصل بن قاسم آل ثاني، والتي تضم متحفه الخاص ومحمية حيوان المها، إضافة إلى إسطبلات الخيل والغزلان والنعام والطاووس وغيرها، والتي تمنح الزوّار فرصة فريدة للاستجمام والتواصل مع الطبيعة، وتعزز تجربتهم بعيداً من ضوضاء المدينة. ويحاكي تصميم الفندق الطراز العمراني القطري القديم، إذ بُني باستخدام مواد تقليدية وحجارة مأخوذة من الأرض ذاتها.

ومن هذا المنطلق، نحن في آرتك نلتزم أعلى معايير الاستدامة ونعمل في شكل وثيق مع جميع مشغلي الفنادق لدينا من ذوي أشهر العلامات التجارية العالمية، بهدف ضمان الممارسات المستدامة عبر محفظتنا.

البيان ■ كيف تقيّمون قطاع الضيافة في قطر لعام ٢٠٢٤؟

– يميّز قطاع الضيافة في قطر بوفرة الفرص المتاحة والمرونة، وهما انعكاس للبيئة الاقتصادية القوية التي تتمتع بها البلاد. وقد ساعدت الاستثمارات الضخمة في البنية التحتية، بما في ذلك قطاع النقل المتطور وقطاع الضيافة والترفيه والمعالم الثقافية والفعاليات المتنوعة، على زيادة عدد الزوار وإيجاد عروض سياحية متنوعة تُعتبر محورية لتعزيز السياحة في البلاد.

ووفقاً للتقارير الاقتصادية الحديثة، شهدت قطر نمواً في عدد السياح الدوليين نسبته ٥٨,٤٪ عام ٢٠٢٣، ليصل إلى أعلى مستوى خلال خمس سنوات بـ ٤,١ مليون زائر، وهذا دليل واضح على نجاح استراتيجية البلاد، في تعزيز قطاع السياحة وإبراز دولة قطر على الخريطة العالمية للسياحة.

ولا حظنا أخيراً زيادة في اهتمام كبرى الشركات الرائدة في قطاع الضيافة بالتوسع في قطر، ما يجلب مجموعة متنوعة من العلامات التجارية والمفاهيم الجديدة في مجال الضيافة لتثري هذا القطاع في البلاد. فعلى سبيل المثال، تمكّنا في «آرتك» خلال السنوات القليلة الماضية، من جذب علامات تجارية جديدة إلى السوق القطرية ذات مفهوم عصري وحديث تلبي متطلبات السائح، مثل كيوريو من هيلتون وإيمنت، ودلتا، وأتوغراف كولكشن من ماريوت الدولية، إضافة إلى علامات أخرى مثل ماريوت ماركيز، جي دبليو ماريوت ماركيز، لو ميريديان سيتي سنتر، وروتانا سيتي سنتر.



لقاء الإدارة التنفيذية وفريق عمل ARTIC

جمع العضو المنتدب والرئيس التنفيذي لشركة الريان للاستثمار السياحي (آرتك ARTIC) السيد طارق محمد السيد فريق الإدارة التنفيذية لفنادق آرتك الدوحة حول مائدة غداء. وكان اللقاء فرصة رائعة لمناقشة اتجاهات الصناعة وتبادل الأفكار وتعزيز مبدأ الالتزام بالتميز في آرتك، مع الإشارة إلى أن المدراء العامون في الشركة يلعبون دوراً محورياً في دفع رؤية آرتك إلى الأمام، وضمن توفير خدمة من الدرجة الأولى تساهم في تعزيز أفضل المعايير في مجال الضيافة العالمية. فإن تفانيهم وأفكارهم المبتكرة هي مفتاح نجاح الشركة ودورها القيادي في صناعة الضيافة، خصوصاً أنها تتطلع دائماً إلى مواصلة التعاون وجعل الدوحة الوجهة الأولى للمسافرين في جميع أنحاء العالم.

وتفتح «آرتك» من خلال هذا البرنامج أبوابها للطلاب لمنحهم فرص التدريب عبر محفظتها الفندقية المرموقة في قطر، والتي تضم ١٢ فندقاً من أصل ٣٥، والتي نقدّم من خلالها مجموعة متنوعة من الفرص التدريبية مع أبرز المشغلين العالميين. ونأمل مستقبلاً في أن يمتد هذا البرنامج ليشمل كل فنادقنا المنتشرة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وتركيا وأوروبا والولايات المتحدة.



الحفاظ على مركزنا الريادي

■ ما هي خططكم المستقبلية؟

– نحن في سعي مستمر للحفاظ على مركزنا الريادي من خلال اتباع استراتيجية الاستثمار التي تركز على التنوع الجغرافي والتنوع في محفظة العلامات الفندقية وفي النشاطات المكملّة لقطاع الضيافة، فضلاً عن الاستثمار المستمر في عقاراتنا لضمان الجودة والفعالية. نحن فخورون بمحفظتنا الاستثمارية الحالية وبتواجدنا في أهم المدن والعواصم حول العالم، مثل لندن، روما، برلين، القاهرة، الدوحة، إسطنبول، واشنطن، ميامي، شيكاغو، وغيرها. كما أننا في بحث مستمر عن فرص الاستثمار الاستراتيجية في أبرز الجهات التي من شأنها أن تدعم جهودنا في تحقيق رؤيتنا. ■

العمل والاستثمار في التكنولوجيا المتطورة

■ أصبح للسياحة مفاهيم جديدة تتعلق بالابتكار وتحقيق متطلبات النزلاء. ما تعليقكم على ذلك؟ وكيف تحافظون على نسب إشغال مرتفعة؟
– غالباً ما يركز الابتكار في قطاع الضيافة على رفع مستوى الخدمات وتعزيز تجربة النزلاء من خلال الاستثمار المستمر في التكنولوجيا التي تسهل عليهم تحقيق رغباتهم في شكل بسيط وبوقت قصير، مثل توفير تجربة حجز سلسلة، وتوظيف أفضل الحلول التقنية وأحدثها الخاصة بالاجتماعات والفعاليات، وتبسيط عمليات الدفع وغيرها من الحلول التي تجعل إقامتهم أكثر سهولة ومتعة.

وفي ما يتعلق بالحفاظ على معدلات إشغال عالية في الفنادق، فإننا نحرص، إضافة إلى المواقع المميزة لفنادقنا التي يديرها أهم المشغلين على المستوى العالمي، على اتباع نهج استراتيجي يشمل جوانب مختلفة من العمليات التشغيلية ونشاطات التسويق ومراقبة رضى الضيوف، واتباع أفضل أنماط الإشغال والحجز وديناميكيات السوق في شكل منتظم، لتحديد الفرص وتعديل الاستراتيجيات وفقاً لذلك.

تطوير صناعة الضيافة

■ أطلقتم أخيراً برنامج «آرتك للتميز في صناعة الضيافة». نودّ معرفة المزيد عن هذا البرنامج؟

– يُعتبر إطلاق برنامج «آرتك للتميز في الضيافة» جزءاً من مسؤوليتنا المجتمعية، ويعكس التزامنا بتطوير صناعة الضيافة. إذ من خلال هذا البرنامج، نتيح فرص تدريب وتطوير لطلاب كلية السياحة والفندقة.

ونسعى في آرتك إلى أن يكون لنا بصمة في المجتمعات التي نعمل فيها، ونذكر أهمية أن يكون لنا مساهمة مباشرة ودور فعّال في تنمية كواادر احترافية عالية المستوى، سواء من القطريين أو المقيمين، الذين يطمحون لمتابعة مساراتهم المهنية في قطاع الضيافة والسياحة. وقد أطلق هذا البرنامج مع «كلية الريان الجامعية الدولية (ARIU)»، للاستفادة من مكانتها كواحدة من أبرز الجامعات الخاصة في قطر وتعاونها مع جامعة ديربي.

سالم الشهراني (مدير العمليات والتشغيل في مجموعة فنادق أكور في منطقة مكة المكرمة):



مجموعة أكور تتخطى نموذج الضيافة التقليدية

تتخطى مجموعة فنادق أكور في نهجها المعتمد في إدارة مؤسساتها الفندقية نموذج الضيافة التقليدية. وتتمحور استراتيجيتها حول الاستدامة، إذ تُدرج التزامها البيئي والاجتماعي والحوكمة (ESG) في أعمالها.

وتحدث مدير العمليات والتشغيل في مجموعة فنادق أكور أبراج الساعة - فندق ساعة مكة فيرمونت، فندق قصر مكة رافلز، فندق مكة سويس أوتيل، فندق سويس أوتيل المقام مكة السيد سالم الشهراني في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، عن مبادرات المجموعة تحقيقاً لالتزامها في الحفاظ على البيئة، وعن مشاريع التوسع، لافتاً إلى البحث الدائم للتوسع داخل مدينة مكة وخارجها، وتحديدًا في المناطق التي تشهد نهضة في المجالات المتنوعة، إذ أضحت المملكة العربية السعودية وجهة سياحية توفر للزوار تجربة متنوعة، في ظل تعدد النشاطات وافتتاح وجهات جديدة.

«أضحت المملكة العربية السعودية وجهة سياحية توفر للزوار تجربة متنوعة»

والمبيعات، فضلاً عن كسب رضى العملاء على جودة الخدمات المقدمة، لذا تؤدي كل هذه العوامل مجتمعة بطبيعة الحال إلى معدلات إشغال مرتفعة والحفاظ على قاعدة عملاء ضخمة.

نحن من الأوائل في إطلاق المبادرات في مجال الاستدامة

■ انطلق معرض سوق السفر العربي تحت شعار «الاستدامة وتمكين الابتكار». ماذا تقدم مجموعة فنادق أكور في هذا الجانب؟

– تعد مجموعة فنادق أكور من المبادرين الأوائل في إطلاق مبادرة فريدة من نوعها، تتمثل في التخلص من استخدام العبوات البلاستيكية، إلى جانب تركيب أجهزة داخل الفنادق لقياس مستويات هدر الطعام، والهدف منها الحصول على بيانات دقيقة والآلية التي تساعد على صناعة القرار في ما يتعلق بالتنوع والكمية في تجهيز الأطعمة.

في بحث دائم للتوسع داخل مدينة مكة وخارجها

■ هل لديكم النية لتنفيذ مزيد من مشاريع التوسع في المستقبل؟

– نحن في بحث دائم للتوسع داخل مدينة مكة وخارجها، وتحديدًا في المناطق التي تشهد نهضة في المجالات المتنوعة، حيث أضحت المملكة العربية السعودية وجهة سياحية توفر للزوار تجربة متنوعة، في ظل تعدد النشاطات وافتتاح وجهات جديدة. ■



البيان ■ ما هي أبرز التطورات في مجموعة فنادق أكور؟

– تحرص المجموعة على الارتقاء المستمر في الأداء لتقديم خدمات أفضل تحاكي تطلعات النزلاء، وتوفر لهم تجربة استثنائية في كل الفنادق. وأبرز الإنجازات المحققة مؤخراً افتتاح مدخل فندق ساعة مكة فيرمونت لتسهيل وصول ضيوف الرحمن إلى أبراج الساعة.

كما أننا في المراحل النهائية لعملية إعادة تأهيل فندق قصر مكة رافلز بالكامل، وكذلك تطوير فندق سويس أوتيل المقام مكة، إلى جانب إدخال بعض التعديلات على فندق ساعة مكة فيرمونت لتطوير الخدمات المتعلقة بالمطاعم وغيرها من الخدمات، التي نجد أن من الضروري العمل على تحسينها.

خطط استراتيجية

■ كيف نجحتم في الحفاظ على استقرار معدلات الإشغال وسط المنافسة الشرسة؟

– يمثل عامل العرض والطلب ركيزة أساسية لتطوير النشاط السياحي، وبالتالي تتميز مدينة مكة المكرمة باستقطاب أعداد كبيرة من الوافدين مع تنامي الطلب على الحج والعمرة، في حين أن الفنادق التي تحقق معدلات إشغال مرتفعة وتحصد حصة وازنة في السوق، تكون مدفوعة بخطط استراتيجية على مستوى التسويق

Makkah Clock Royal Tower, A Fairmont Hotel

The Clock Towers, Ajyad Street,
Makkah, Saudi Arabia

Raffles Makkah Palace

The Clock Towers, P.O. Box 1281,
Makkah 21955

Swissôtel Al Maqam Makkah

The Clock Towers, Ibrahim Al
Khalil Street, Makkah, Saudi Arabia

Swissôtel Makkah

The Clock Towers, Ajyad Street,
Makkah, Saudi Arabia

فندق ساعة مكة، فيرمونت

أبراج الساعة، شارع أجياد، مكة المكرمة،
المملكة العربية السعودية

فندق قصر مكة رافلز

أبراج الساعة، ص.ب ١٢٨١ مكة المكرمة
٢١٩٥٥ المملكة العربية السعودية

فندق سويس اوتيل المقام مكة

أبراج الساعة، شارع إبراهيم الخليل، مكة
المكرمة، المملكة العربية السعودية

فندق سويس اوتيل مكة

أبراج الساعة، شارع أجياد، مكة المكرمة،
المملكة العربية السعودية



أحمد حسيب (الرئيس التنفيذي) ومحمد حسن (الرئيس التنفيذي للعمليات):

شركة «جيوان للفنادق والمنتجعات» GEWAN HOTELS & RESORTS



محمد حسن

تبتكر جيوان للفنادق والمنتجعات المتخصصة بإدارة المؤسسات الفندقية، أسلوب تشغيل يمنح الضيف الحياة الراقية والراحة. والنجاح الذي حققته الشركة في إدارة الفنادق، ساهمت فيه الكوادر البشرية المتخصصة التي تحرص على اختيارها، وتحمل في جعبتها مهارات تخولها إدارة كل أنواع الفنادق وفئاتها. وتتوقع الشركة استناداً إلى خططها المرسومة، أن يرتفع عدد الفنادق والشقق الفندقية التي تديرها إلى ٢٧ نهاية عام ٢٠٢٥.



أحمد حسيب

وأكد الرئيس التنفيذي لـ «جيوان للفنادق والمنتجعات» GEWAN HOTELS & RESORTS السيد أحمد حسيب، والرئيس التنفيذي للعمليات في الشركة السيد محمد حسن في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، أن الشركة تلتزم تطبيق مبدأ الاستدامة وإدخال الممارسات المستدامة في جوانب عملياتها، لتصبح واحدة من الشركات الرائدة والمستدامة في قطاع الضيافة.

خطوات جديدة لتوسيع خريطة انتشارنا في مصر

والمغرب ومملكة إسواتيني

بدأنا خطوات جديدة للتوسع

هل لديكم النية للتوسع نحو أسواق جديدة؟
- بدأت الشركة خطوات جديدة لتوسيع محفظة أعمالها خارج السوق الإماراتية والمتمثلة في فندقين في جمهورية مصر العربية، وثلاثة فنادق في المغرب وفندق في مملكة إسواتيني في جنوب أفريقيا.

تختلف معدلات الإشغال بين إمارة وأخرى

ما هي توقعاتكم لمعدلات الإشغال في كل الفنادق التابعة للمجموعة؟
- تختلف معدلات الإشغال بين إمارة وأخرى، ولكننا نستهدف الوصول إلى ٨٠٪ في إمارة أبوظبي وما بين ٨٥ إلى ٩٠٪ على مستوى إمارة دبي، وما نسبته ٨٠٪ في إمارة الفجيرة التي تستقطب سياحة موسمية.

ومن جهة أخرى، تعد جيوان للفنادق والمنتجعات

باتت السياحة المستدامة على رأس أولويات مختلف

الحكومات كيف تطبقون هذه المبادئ في عملياتكم؟

- تلتزم شركة جيوان للضيافة بتطبيق مبدأ الاستدامة وإدخال الممارسات المستدامة في مختلف جوانب عملياتها لتصبح واحدة من الشركات الرائدة والمستدامة في قطاع الضيافة. كما أن جميع الفنادق التابعة للمجموعة والتي يبلغ عددها سبعة فنادق تلتزم التزاماً كاملاً بالممارسات المستدامة حرصاً منا على المحافظة على البيئة والتوجه العالمي نحو قطاع سياحي مستدام.

وتتوزع فنادقنا بين إمارة أبوظبي
، UPTOWN HOTEL APARTMENTS ABU DHABI ، ROYAL M ABU DHABI
وإمارة دبي والفجيرة MD HOTEL BY GEWAN
و HE HOTEL APARTMENTS BY GEWAN وفندق
، UPTOWN AL FUJAIRAH و ROYAL M AL AQAH و ROYAL M FUJAIRAH

■ ■ ■ جيون للفنادق والمنتجات شركة رائدة في مجال الحلول المبتكرة والحديثة في عالم الضيافة ■ ■ ■



أركان GEWAN

النزلاء مثل الدول الأوروبية، روسيا ومختلف دول منطقة الشرق الأوسط.

جهود جبارة

■ ما الدور الذي تلعبه الهيئات السياحية لمساندة الفنادق في زيادة نسب الإشغال والوصول إلى أهدافها؟
- تبذل الجهات السياحية في السوق الإماراتية جهوداً جبارة لدعم القطاع الفندقية في تحقيق أهدافه والوصول إلى معدلات إشغال مرتفعة، وذلك من خلال المشاركة في المعارض والمحافل الدولية واستقطاب أسواق جديدة، إلى جانب التسويق المستمر للخدمات والمميزات التي يقدمها القطاع الفندقية في دولة الإمارات. مع الإشارة إلى أنه تربطنا علاقة قوية مع الهيئات السياحية في كل الإمارات التي لدينا حضور فيها. ■

شركة رائدة في مجال الحلول المبتكرة والحديثة في عالم الضيافة. وتحرص على اختيار كوادر بشرية متخصصة، ما أتاح لها الفرصة لتحقيق نجاحات في إدارة كل أنواع الفنادق والفئات المختلفة منها. وبحسب الخطط الموضوعية ستضم محفظة الشركة ١٢ فندقاً مع نهاية عام ٢٠٢٤ وما يقارب ٢٧ فندقاً في نهاية عام ٢٠٢٥ تتوزع بين فئات ٣ و ٤ و ٥ نجوم سواء على مستوى الفنادق أو الشقق الفندقية.

■ ما هي أبرز الجنسيات التي تستقطبها مجموعة فنادقكم؟

- تستقطب الفنادق والشقق الفندقية التابعة للشركة مختلف الجنسيات لكن تصدر بعض الأسواق قائمة



Kazem Shamas

(Acting General Manager – Sheraton Grand Doha Resort & Convention Hotel):

We believe that happy & motivated associates are essential for delivering exceptional guest experiences

Kazem Shamas, Acting General Manager of Sheraton Grand Doha Resort & Convention Hotel, is a distinguished professional in the hospitality sector with a remarkable journey that showcases his commitment to delivering outstanding results and innovation. He began his career in 2007 with Marriott International, rapidly progressing from Director of Events to Director of F&B and then from Director of Sales & Marketing to Director of Operations, earning accolades along the way, including recognition from the Hotelier Middle East platform. With a career spanning over 22 years in the hospitality industry and a proven track record of excellence, Mr. Shamas is poised to bring his expertise to elevate the hotel's performance further. Al Bayan Magazine conducted the following interview with Mr. Shamas and below is the Q & A.



“ We’re confident in our ability to drive growth through innovative sales initiatives ”

*** The main theme for ATM 2024 is “Empowering Innovation – Transforming Travel Through Entrepreneurship.” How are you contributing to achieving this goal?**

- At Sheraton Grand Doha, our approach to contributing to the theme involves fostering a culture of innovation and supporting our associates' development. By promoting an environment where innovation is celebrated, we empower our associates to suggest solutions to improve efficiency and elevate service standards. Through continuous training programs and workshops, we equip our associates with the necessary skills and knowledge to drive innovation within the hotel.

Sustainability is a core aspect of our innovation strategy. We have implemented various green practices, such as energy-efficient systems, waste reduction programs, and sustainable materials. Notably, our Sea Water Lagoon for the Centralized Chiller Plant minimizes water loss and consumption. This innovative approach reduces electricity usage and carbon footprint while preventing water wastage. Other sustainable practices include our water bottling plant, EV charging stations, herb garden, solar panels, and pipeline projects. These initiatives can set new standards for eco-friendly travel. Embracing technology is essential in transforming travel. We have integrated advanced technologies, such as mobile check-in/check-out and smart room features, to enhance convenience and personalization for our guests. We are committed to transforming travel and creating exceptional, sustainable guest experiences.

• How do you assess the performance of the hospitality sector?

- Assessing the hospitality sector's performance extends beyond traditional metrics to encompass our impact on the community and environment. At Sheraton Grand Doha, we recognize our role as stewards of the local ecosystem. Through active engagement in sustainable tourism projects and community initiatives, we strive to foster a symbiotic relationship with our surroundings. By supporting initiatives that promote environmental conservation and cultural preservation, we aim to contribute to the long-term well-being of our community and create a more sustainable future for generations to come.

We evaluate our performance through the lens of guest experiences and satisfaction. Beyond providing a comfortable stay, we endeavor to create meaningful connections with our guests by offering unique and personalized experiences that showcase the culture and heritage of Qatar.

We place a strong emphasis on our associates' satisfaction and well-being. We believe that happy and motivated associates are essential for delivering exceptional guest experiences. To this end, we regularly assess our associates' engagement levels, provide opportunities for professional growth and development, and prioritize workplace diversity and inclusion.

• In your opinion, what measures can be taken to make travel more sustainable?

- Achieving sustainable travel requires a multifaceted approach that combines local initiatives with global strategies to address broader environmental challenges. At Sheraton Grand Doha, our commitment to sustainability is evident through our status as a Green Key hotel, where we continuously strive to minimize our environmental impact while delivering exceptional guest experiences.

One significant initiative we've undertaken is the implementation of the Sea Water Lagoon for our Centralized Chiller Plant. This innovative solution minimizes water loss and consumption while reducing electricity usage and carbon emissions, showcasing our dedication to resource efficiency and environmental stewardship both locally and on a broader scale.

On an international level, we advocate for exploring the concept of regenerative tourism, which emphasizes restoring and revitalizing ecosystems impacted by travel. While initiatives such as coastal clean-up campaigns and marine conservation efforts are crucial for coastal areas, global initiatives such as reforestation projects in other regions contribute to the overall health of ecosystems worldwide. We actively seek

innovative solutions that align with Qatar's sustainability goals while contributing to global environmental initiatives.

• What strategies do you employ to maintain consistently high occupancy rates?

- We employ diverse strategies to maintain high occupancy rates, leveraging our unique offerings, prime location, and commitment to guest satisfaction. Our approach includes targeted marketing, exceptional service, diverse offerings, and strategic partnerships.

We focus on marketing campaigns highlighting Qatar's unique experiences and cultural richness. Promoting special offers, packages, and events tailored to different segments attracts a broad audience and encourages repeat visits. Our strong digital and social media presence effectively engages potential guests.

Exceptional guest service is a priority. We believe that a satisfied guest is the best ambassador for our hotel. Personalized experiences and high service standards ensure memorable stays and return visits. Our training programs equip associates to exceed guest expectations consistently.

Innovation keeps our offerings fresh. Attractive staycation packages, luxurious amenities, and recreational activities cater to both local residents and international visitors. Our extensive event spaces are crucial. As an award-winning conference hotel, we host major regional conferences and events. With 25 customizable convention spaces, we accommodate diverse events, from intimate gatherings to large weddings. Recognized for having Doha's largest attached convention center, we attract numerous corporate clients and event organizers.

Strong relationships with corporate clients and travel agencies ensure steady business and group bookings. Tailored packages and loyalty programs incentivize long-term partnerships and repeat business.

These strategies, combined with our commitment to sustainability and excellence, make us a top choice for travelers seeking luxury and memorable experiences.

• What are your upcoming plans or initiatives?

- At Sheraton Grand Doha, we're dedicated to upholding our Green Key certification and pioneering innovative sustainability solutions. This includes exploring renewable energy sources and implementing advanced waste reduction programs to further reduce our carbon footprint.

We're also enhancing our guest experience with attractive staycation packages and promotions aimed at both local residents and international visitors. These offerings will showcase our luxurious amenities, unique dining experiences, and the cultural richness of Qatar, providing exceptional value and memorable experiences to encourage repeat visits.

With our extensive and flexible event spaces, including the largest attached convention center in Doha, we will continue to attract more high-profile conferences, weddings, and social events. Our innovative event packages will cater to the evolving needs of our clients, ensuring that Sheraton Grand Doha remains a premier destination for major events.

Continuous training programs and workshops for our associates will equip our team with the latest skills and knowledge, fostering a culture of innovation and excellence. This ensures that our associates can deliver exceptional service and contribute to our sustainability goals effectively.

We're intensifying our sales efforts to broaden our clientele and boost revenue streams. By refining our strategies and forging stronger partnerships, we aim to maximize occupancy rates and position Sheraton Grand Doha as the top choice for leisure and business travelers. Through targeted marketing and innovative sales initiatives, we're confident in our ability to drive growth and uphold our industry leadership.



SHERATON
GRAND

Doha
Resort & Convention Hotel

واحة من الاسترخاء والهدوء

وجهتك المثالية لإقامة مميزة



يُرجى مسح الكود لزيارة الموقع الإلكتروني

**منتجع شيراتون جراند
الدوحة و فندق المؤتمرات**
صندوق بريد ٦٠٠٠ شارع الكورنيش،
الخليج الغربي، الدوحة، قطر
sheratongranddoha.com

استمتع بإقامة مميزة في شيراتون جراند الدوحة، حيث ستجد كل ما تحتاجه للابتعاد عن صخب الحياة والغوص في عالم من الاسترخاء. شارك النكهات المحلية مع أحبائك، فها ستجد كل ما تحتاجه لقضاء أجمل الأوقات في الملاذ المثالي.

للحجز والمزيد من المعلومات، اتصل بنا على الرقم ٩٧٤ ٤٤٨٥ ٤٤٤٤ أو عبر البريد الإلكتروني: sheraton.doha@sheraton.com

sheratongranddoharesort&conventionhotel **in** sheratongranddoha **f** @

Marko Jovanovic (General Manager – Sealine Beach, a Murwab Resort):

Our goal is to deliver exceptional experiences while driving growth & sustainability in the hospitality sector

Marko Jovanovic, General Manager of Sealine Beach, a Murwab Resort, hails over 10 years of international experience in the hospitality industry with a proven track record in managing a range of different aspects of hospitality. Being a part of this magnificent resort, he works with a great team to offer guests the best services and some of the most unique experiences Qatar has to offer, as well as bringing his expertise in maintaining strong customer relations and retention of guests, effective communication and well-rounded leadership skills. In a Q & A with Al Bayan Magazine, Mr. Jovanovic evaluated the hospitality sector, highlighting their strategy to always have a positive occupancy rate, expressing his point of view regarding how travel can be more sustainable and giving us an idea about their upcoming plans.



*** The main Theme for ATM 2024 is “Empowering Innovation – Transforming Travel Through Entrepreneurship”. What are you doing to achieve this?**

- To achieve the theme “Empowering Innovation – Transforming Travel Through Entrepreneurship” at ATM 2024, we are implementing various strategies. Firstly, we are fostering a culture of innovation within our organization, encouraging employees to propose and implement creative ideas to enhance the travel experience. Additionally, we are actively seeking out partnerships with innovative startups and entrepreneurs in the travel industry, leveraging their expertise and solutions to transform our services. Through these efforts, we aim to revolutionize the travel experience and stay at the forefront of industry innovation.

*** How do you evaluate the hospitality sector?**

The hospitality sector is a dynamic and ever-evolving industry that plays a crucial role in shaping the travel and tourism landscape. Evaluating the hospitality sector involves a holistic approach that considers various factors, from market trends and customer feedback to financial performance and sustainability practices.

At its core, the evaluation of the hospitality sector revolves around understanding the needs and preferences of guests, as well as anticipating emerging trends and challenges. By staying attuned to market dynamics and consumer behavior, hospitality businesses can adapt their strategies to meet evolving demands and deliver exceptional experiences.

Financial performance metrics such as revenue, profitability and occupancy rates provide insights into the business's operational efficiency and overall health. Furthermore, benchmarking against industry standards helps identify areas of strength and areas needing improvement.

Operational excellence is another key aspect of evaluating the hospitality sector, encompassing efficient processes, high service standards, and effective cost management. Embracing technology and innovation plays a crucial role in enhancing guest experiences, optimizing operations and staying competitive in a rapidly evolving landscape.

Sustainability is increasingly becoming a focal point for evalua-

tion, with guests placing greater emphasis on environmentally friendly practices and responsible tourism. Hospitality businesses are leveraging sustainability initiatives not only to minimize their environmental footprint but also to appeal to conscientious travelers and meet regulatory requirements. In summary, evaluating the hospitality sector requires a comprehensive approach that considers market dynamics, operational efficiency, financial performance, technological innovation and sustainability practices. By embracing these factors and continuously striving for excellence, hospitality businesses can thrive in an ever-changing landscape and deliver memorable experiences to their guests.

*** In your opinion how travel can be more sustainable?**

In my opinion, achieving sustainability in travel requires a multi-faceted approach that addresses environmental, social and economic factors. This can be achieved by promoting responsible tourism practices such as reducing carbon emissions through the use of eco-friendly transportation options, minimizing waste generation, supporting local communities through community-based tourism initiatives and advocating for fair labor practices within the industry. Additionally, fostering greater awareness among travelers about the importance of sustainability and encouraging them to make environmentally-conscious choices can also contribute to a more sustainable travel industry. Overall, collaboration among stakeholders including governments, businesses and travelers is essential to create a more sustainable and resilient travel ecosystem for future generations.



We continuously analyze market trends to stay ahead of the competition

*** What is your strategy to always have a positive occupancy rate?**

Our strategy to maintain a positive occupancy rate revolves around a combination of proactive marketing initiatives, strategic pricing strategies, and exceptional guest experiences. We continuously analyze market trends and consumer preferences to tailor our marketing efforts and stay ahead of the competition. Additionally, we implement dynamic pricing strategies to optimize revenue and maximize occupancy levels during peak and off-peak periods. Furthermore, we prioritize delivering exceptional guest experiences through personalized services, innovative amenities and attention to detail, ensuring high guest satisfaction and loyalty. By consistently delivering value and exceeding guest expectations, we aim to sustain a positive occupancy rate and drive long-term success in the hospitality industry.

*** What will be your upcoming plans?**

Our upcoming plans are focused on enhancing our guest experience, expanding our market reach and implementing sustainable practices.

We aim to introduce innovative amenities and services to cater to evolving guest preferences and stay ahead of industry trends. Additionally, we plan to strengthen our digital presence and leverage technology to streamline operations and improve efficiency. Furthermore, we are committed to implementing sustainable practices across our properties to minimize our environmental footprint and contribute to a more sustainable future. Overall, our goal is to continue delivering exceptional experiences while driving growth and sustainability in the hospitality sector.

PLAN A PERFECT SUMMER GETAWAY

Summer Packages Start from QAR 585*

**Happy
Mondays**
QAR 50
per person

**Family
Fun**
QAR 350
per family
(2 Adults and 2 children
up to 12 years old)

**Friends'
Day**
QAR 150 per
person
(valid after 3:00 PM)

**Jet Ski &
Chill**
QAR 350
per person

**Romantic
Self-Care**
QAR 500
per couple

DAY USE PACKAGES**

** Valid weekdays only; excludes weekends and holidays

Book your stay today

www.sealinebeachqatar.com

+974 4021 4000



شاطئ سيلين
SEALINE BEACH

من منتجعات مرؤب
A MURWAB RESORT

محمد عوض الله (الرئيس التنفيذي لمجموعة فنادق تايم):



مجموعة تايم للفنادق تحدت هويتها

أعدت مجموعة تايم تجديد هويتها بعد ١٤ عاماً على الافتتاح، بحيث سيلاحظ الزبائن التغيير المنجز. وتتواجد هذه المجموعة من الفنادق الفاخرة في مواقع مثالية ومشهورة في دولة الإمارات وخارجها. وهي تقدم للزوار إقامة فاخرة وعلى مستوى عالمي، وبطراز يتماشى مع معايير السياحة العالمية. ويتوكل هذا التجديد مع تطبيق مفهوم الاستدامة، إذ أعلن الرئيس التنفيذي لمجموعة فنادق تايم السيد محمد عوض الله في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، أن مستقبل الاستدامة في دبي متقدّم جداً، وتعدّ فنادق تايم الأكثر استدامة من خلال ترشيد المياه والطاقة. وتجدر الإشارة إلى أن السيد عوض الله يتمتع بخبرة تفوق الـ ٤٠ عاماً في قطاع الضيافة. وقد حصّد عدداً كبيراً من الجوائز التقديرية تكريماً لما يقدمه إلى صناعة الضيافة.

يحرص الشيخ أحمد بن سعيد آل مكتوم على إيصال

خطوط الطيران حيث تصل السياحة

إطلاق فنادق منتصف هذه السنة

■ ماذا عن التوسع الجغرافي لفنادق تايم؟
- تضم فنادق تايم ١٨ فندقاً اليوم، ستُطلق ٧ منها في مصر والمغرب في منتصف هذه السنة ونهايتها، والسنة المقبلة في أفريقيا ومصر وفي السعودية، بهدف توفير تجارب استثنائية للضيوف، من خلال علامتنا التجارية الرائدة في مجال الضيافة.

يشكّل الوطن العربي سوقاً فريدة من نوعها

■ كيف تتغير السياحة في الوطن العربي؟
- يشكّل الوطن العربي سوقاً فريدة من نوعها في الشرق الأوسط، تستقطب الأوروبيين والزوار من أميركا اللاتينية وكوبا والأرجنتين، إلى جانب الزوار من الدول العربية. وتمتلك الدول العربية قدرات وميزات سياحية مثل المناظر الطبيعية والمعالم التراثية والتقنيات المبتكرة والمراكز التجارية، بحيث تسعى إلى استغلال كل شيء بطريقة مُحدّثة تتوافق مع طلب السائح من كل أنحاء العالم وتجدر الإشارة إلى أن دولة الإمارات سباقة في هذا المجال، وبفضل دعم هيئة السياحة والشيخ أحمد بن سعيد آل مكتوم رئيس هيئة دبي للطيران المدني، الذي يحرص على إيصال خطوط الطيران حيث تصل السياحة إلى كل أنحاء العالم. ■



البيان ■ كيف تقيّمون مشاركتكم في معرض السياحة والسفر ATM لهذه السنة؟

- نشارك في معرض السياحة والسفر ATM منذ العام ٢٠١٢، لأنه من أفضل المعارض السياحية في الوطن العربي، ويشكّل نافذة على العالم بمشاركة ١٦٥ بلداً حول العالم. فنادق تايم الأكثر استدامة

■ ماهي التغييرات التي طرأت على العلامة التجارية لفنادق تايم، وهل أصبحت أكثر استدامة؟

- كان من الضروري إعادة إحياء العلامة التجارية لفنادق تايم بعد ١٤ عاماً على الافتتاح، بمظهر جديد ومقاربة جديدة يشعر من خلالها الزبائن بالتغيير من الداخل، عبر التحديث لمواكبة التطور العالمي، فكان التصميم الإيطالي للساعة الرملية في اللوغو.

أما مفهوم الاستدامة، فهو متقدّم جداً في إمارة دبي، حتى أن المدارس تعتمد إعادة التدوير بدعم من الحكومة. وتعدّ فنادق تايم الأكثر استدامة كمؤسسة منشأها الأساسي في دبي، من خلال ترشيد الكهرباء واستخدام عبوات الماء الزجاجية، والتقنين في استخدام الطاقة والمياه في غسل الثياب وبالتالي أصبح هذا المفهوم معياراً أساسياً في الشركة.

William Costley (Chief Operating Officer – TIME Hotels): ESG has to be part of the DNA of any organization

TIME Hotels have made some major announcements showcasing their refreshed brand identity at the Arabian Travel Market. Alongside global and regional development plans, the fast-growing hotel management company continues to offer genuine hospitality. William Costley, Chief Operating Officer at TIME Hotels, was among the prominent people who participated along with several of his colleagues at the ATM. In his current role, Mr. Costley oversees the day-to-day operations of all TIME Hotels properties, working to enhance the brand’s operational efficiency, driving revenue growth and maintaining high standards of personalized guest service. Al Bayan Magazine met Mr. Costley on the sidelines of the event and conducted the following interview.



“Experiential tourism & personalized travel are main pillars in today’s hospitality industry”

• You have joined TIME Hotels recently. On what will you focus in your strategy?

- The key thing that we will be focusing on is the growth of the company and the brands that we have. We will also be concentrating on the Middle East market which is evolving especially that it has become an important market for the growth of any brand. We are witnessing many new business models within hospitality in the Middle East and that is really the future of how hospitality will grow in this region.

• In your opinion, what are the main pillars that the hospitality industry should be based on nowadays?

- The first one is experience. After Covid-19, people realized that work and businesses are not the most important thing but rather there are many things else that need to be cherished. From here, a lot of people started traveling for experiences post Covid-19 to try new things and check off bucket list of things that maybe they were not doing but they realized how precious these things are. As a result, we started witnessing experiential tourism and personalized travel not just in the Middle East but all over the world. The second pillar is ESG. It has become critical and thus it has to be part of the DNA of any organization. Hospitality firms must research, measure, and track the most impactful metrics to evolve their ESG strategy. By creating a thorough ESG strategy that is backed by data, hospitality firms can ensure that stakeholders and

the public are properly informed about initiatives to fulfill corporate responsibility. ESG considerations encourage hotels to adopt sustainable practices, such as energy-efficient technologies, waste reduction initiatives, and eco-friendly building designs. ESG also encourages hotels to prioritize social responsibility by promoting fair labor practices, ensuring employee well-being, fostering diversity and inclusion, and contributing. Moreover, ESG factors prompt hotels to establish strong governance structures, implement ethical business practices, and ensure accountability in decision-making processes.

• To what extent are you responding the working conditions and labour laws that certain countries in the region are imposing such as Saudization and Kuwaitization?

- When a government mandates anything, we have to respond and obey. The key thing is to succeed in retaining the employees regardless of their nationality. One has to put a clear strategy with respect to how to retain employees rather than training them and then they go to somewhere else. Thus, retention of talent is very important and that is the culture one builds within an organization. I believe that the main goal of any company should be providing and creating a good working environment that motivates employees to come to work every day.





فريدا عودة

(الرئيسة الأولى للمبيعات للمجموعة في الإمارات والمحيط الهندي)

شادي رميلي (نائب الرئيس للشؤون المالية)

مجموعة JA RESORTS & HOTELS

نقدم بفضل فريق عملنا المتميز

تجارب ضيافة فريدة من نوعها



تقدم مجموعة JA RESORTS & HOTELS تجارب ضيافة لا تُمحي من الذاكرة، سواء كان الزائر في عطلة عائلية أو إجازة رومانسية أو رحلة عمل. ويشعر النزول بالترحيب الحار الذي يلاقيه لدى وصوله، والذي يتكامل مع الاستمتاع بالمواقع الخلابة في الشرق الأوسط والمحيط الهندي. وتعتبر مجموعة جي إيه للمنتجات والفنادق، سباقاً في تطبيق الممارسات المستدامة واتباع نهج جديد على مستوى التشغيل وتقديم الخدمات للنزلاء، بحيث باتت المبادرات التي أطلقتها في هذا المجال، تلقى رواجاً لدى النزلاء، ومتداخلة في ثقافة عملها. ولاحظت الرئيسة الأولى للمبيعات في مجموعة JA RESORTS & HOTELS في الإمارات والمحيط الهندي السيدة فريدا عودة في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، بدء معظم الفنادق في تطبيق الممارسات المستدامة واتباع نهج جديد على مستوى التشغيل وتقديم الخدمات للنزلاء، بهدف مواكبة التوجهات العالمية في اعتماد أساليب مستدامة لتعزيز الحفاظ على البيئة. في حين تحدث نائب الرئيس للشؤون المالية السيد شادي رميلي، عن العمل على خطة جديدة تتمثل في إحداث نقلة نوعية على صعيد البنية التحتية التكنولوجية، بالشراكة مع متخصصين في هذا المجال.

أما على صعيد التوجهات المستقبلية للمجموعة، فهي تخطط للتوسع في عدد من أسواق المنطقة. وعلى رغم المنافسة القوية في السوق، فإن لدى المجموعة سمعة حسنة، ونستقطب بفضل فريق عملنا المتميز أعمالاً من أسواق جديدة، ومحاولين تعزيز حضورنا وتقديم تجارب ضيافة فريدة من نوعها.

تطوير استراتيجية متكاملة

■ كيف تصفون الدور الذي تلعبه هيئة السياحة في دبي لدعم قطاع الضيافة واستقطاب المزيد من الزوار؟
- شهد القطاع السياحي نقلة نوعية عزز مكانة الإمارات كوجهة سياحية عالمية والمكان الأمثل للحياة والعمل، لما تملكه الدولة من خدمات رائدة ومقاصد سياحية جذابة وبنية تحتية سياحية متطورة. كما أن لهيئة السياحة دوراً بارزاً في التسويق للسياحة من خلال تطويرها استراتيجية متكاملة لتعزيز مكانة الإمارات كوجهة سياحية مستدامة، وهذا بدوره ينسحب أيضاً على القطاع الفندقي الذي يحقق معدلات إشغال مرتفعة بفضل تدفق السياح من أنحاء العالم. وتربطنا علاقة تعاون مع الهيئة ونشارك جنباً إلى جنب في المعارض العالمية.

الاستفادة من الفرص الواعدة

■ ما هي تطلعاتكم المستقبلية؟

- نتطلع باستمرار إلى تحقيق عائدات ونسب نمو، تتوافق مع الأهداف الموضوعية، إلى جانب سعينا الدائم إلى الاستفادة من الفرص الواعدة وتوسيع محفظة أعمالنا. كما أننا نعمل على خطة جديدة تتمثل في إحداث نقلة نوعية على صعيد البنية التحتية التكنولوجية، بالشراكة مع متخصصين في هذا المجال. وتمكّننا على هامش المعرض من عقد بعض اللقاءات الجانبية مع مجموعة شركات في مجال تكنولوجيا المعلومات، والبناء عليها في المرحلة المقبلة. ■



البيان ■ تولى الحكومات أهمية تبني ممارسات مستدامة لتعزيز تجارب السفر، كيف تقرأين انعكاس هذه الاتجاهات على قطاع الضيافة؟

- بدأ معظم الفنادق في تطبيق الممارسات المستدامة واتباع نهج جديد على مستوى التشغيل وتقديم الخدمات للنزلاء، بهدف مواكبة التوجهات العالمية في اعتماد أساليب مستدامة لتعزيز الحفاظ على البيئة. وفي هذا الإطار، تُعدّ جي إيه للمنتجات والفنادق سباقاً في تبني هذه المبادرات على مستوى دولة الإمارات، واعتماد استراتيجيات مبتكرة في تقديم الخدمات. وعلى رغم حداثة هذا التوجه في المنطقة العربية، إلا أننا نسير وفق الأهداف الموضوعية ونطلق مجموعة من المبادرات التي تلقى رواجاً لدى النزلاء، لتصبح متداخلة في ثقافة عملنا، ونحن ماضون بهذا التوجه.

مشاركتنا إيجابية جداً هذا العام

■ كيف تقيمون فعاليات سوق السفر العربي هذا العام؟

- سلّط سوق السفر العربي الضوء هذا العام على التحوّل في قطاع الضيافة، وهو يمثل منصة رئيسية لوكالات السفر والوجهات للتسويق لفنادقها وخدماتها، وكذلك الاستفادة من الشراكات الواعدة. ومن هنا نحرص على المشاركة الدورية في هذا الحدث حيث كانت مشاركتنا هذا العام إيجابية جداً، إذ تمكّننا خلاله من اللقاء بشركاء الأعمال والإطلاع على أبرز اتجاهات الأسواق، إلى جانب جذب أسواق وجنسيات جديدة، في مقدمها الأسواق الناشئة منها القارة الأفريقية ودول أميركا اللاتينية.

التوسع في عدد من أسواق المنطقة

■ ما هي أبرز الإنجازات المحققة؟

- نتطلع باستمرار إلى تطوير أعمالنا وتقديم خدمات مميزة ترتقي إلى طموحات النزلاء وتطلعاتهم. ونحن فخورون بالنتائج المحققة ونطمح إلى تحقيق مزيد من النجاح.

JACATION
Summer
RETREAT



Up to
40% OFF
and more...



JA Resorts & Hotels presents discounts of up to 40% on stays across all properties. Whether you crave beachfront city vibes, mountain retreats, white sand islands, or family-friendly experiences JA has something special for every exploring traveler. Enjoy exclusive perks offered by each property and immerse yourself in unmatched hospitality to create everlasting summer memories.

**Book your JAcation now at jaresortshotels.com,
email reservations@jaresorts.com or call 04 814 5555**

T&Cs apply

  [jaresorts](https://www.jaresorts.com)

JAresortshotels.com

JA
RESORTS
& HOTELS

DUBAI - SEYCHELLES - MALDIVES

وسام سليمان

(نائب المدير التنفيذي للعمليات وإدارة الأصول في شركة الفردان للضيافة (Alfardan Hospitality):



نقدم أسلوب حياة يعتمد على الرفاهية باتباع أعلى معايير الجودة

انطلاقاً من الإحساس بالالتزام والسعي الدائم لتقديم كل ما هو مميز ومبتكر، أنشأت مجموعة الفردان شركة الفردان العقارية والضيافة لتقديم مجموعة حصرية من المنتجات العقارية وخدمات الضيافة الفاخرة في قطر والمنطقة. وتتمسك شركة «الفردان للضيافة» Alfardan Hospitality في إدارة فنادقها بالتجربة الفندقية الفاخرة للضيوف. وفي حديث خاص مع مجلة «البيان الاقتصادية»، أكد نائب المدير التنفيذي للعمليات وإدارة الأصول في شركة الفردان للضيافة Alfardan Hospitality وعضو في مجموعة الفردان السيد وسام سليمان، أن الشركة تتواجد حيث الفرص الجيدة، سواء كانت في أوروبا أو المنطقة العربية أو تركيا.

■ ■ ■ نستثمر في الفرص الجيدة أينما وُجدت ■ ■ ■

إنجازات عديدة مشرفة

■ ما هي أبرز إنجازات الشركة؟

– لا بدّ من الإشارة أن الشركة نجحت في تقديم خدمات «الكاترينغ» خلال بطولة كأس العالم FIFA ٢٠٢٢ في ملعبين وحازت على ثناء كبير من قبل الجمهور والجهات المنظمة. كما استضافت فنادق الشركة أبرز الفرق التي شاركت في سباق جائزة قطر الكبرى للفورمولا ١ – حيث وصلت معدلات إشغال الفنادق التابعة للشركة إلى ٨٥٪، وكذلك حصدت الشركة العام الفائت ١٨ جائزة كونها ملتزمة في طرح مفاهيم مبتكرة وأيقونية في قطر والمنطقة، وكونها تميّزت في براعة الطهي الاستثنائي.

■ ما هي استراتيجيتكم التوسعية؟

– نذهب حيث الفرص الجيدة، سواء كانت في أوروبا أو المنطقة العربية أو تركيا واستراتيجيتنا طموحة جداً.

قطر وجهة رائدة للسياحة الرياضية

■ كيف تقيّمون واقع السياحة في قطر؟

– باتت قطر وجهة رائدة للسياحة الرياضية حيث تستضيف الدولة على مدار العام أهم البطولات الرياضية وتستقطب أعداداً كبيرة من الزوار، وبالتالي فإن قطاع الضيافة يحقق نتائج جيدة والدولة تمتلك كافة المقومات لترسيخ مكانتها الإقليمية والعالمية كوجهة سياحية رائدة. ■



■ كم فندقاً تضم شركة «الفردان للضيافة»؟

– تقدّم الشركة خدمات الضيافة الفاخرة اليوم في كل من قطر، عُمان، تركيا ولبنان وتضم محفظة الشركة فنادق «ذا سانت ريجيس» في سلطنة عُمان وقطر، وفندق «سيكس سانسز» في تركيا، وفندق «كمبينسكي» في قطر. بالإضافة إلى ٣٥ مطعمًا داخل فنادق الشركة وخارجها. وتعتمد استراتيجية الشركة على الإحساس بالالتزام والسعي المستدام إلى تقديم كل ما هو مبتكر ومميز للزوار والضيوف.

نعمل على تقديم خدمات فندقية فاخرة

■ كيف تستخدمون التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في قطاع الضيافة؟

– نتبع «التريند» في مجموعة «الفردان»، إنما نؤمن أن اللامسة الإنسانية تُحدث الفرق المطلوب خصوصاً في عالم الضيافة، وتترك أثراً طيباً. من هنا، نولي هذا الموضوع أهمية كبيرة فعلى سبيل المثال نعمل في عُمان مع الحكومة ليكون فريق العمل بغالبية من العُمانيين، وبالتالي نحن نعمل على تقديم خدمات فندقية فاخرة بلمسة تقليدية ومحلية لكل سوق نتواجد فيه.

الرفاهية والترف

■ ما الذي يميّز شركة الفردان للضيافة عن مثيلاتها من الشركات؟

– تعمل «شركة الفردان» للضيافة على تقديم أسلوب الحياة الذي يعتمد على الرفاهية والترف، باتباع أعلى معايير الجودة، ويتم اختيار الشركاء من المستوى ذاته، فمثلاً نختار أفضل المطاعم والمطابخ ليكون لها فرع في فنادقنا مثل مطعم «أم شريف اللبناني»...

مارك مطر (المدير العام لفندقي ذا سانت ريجيس الدوحة وذا سانت ريجيس جزيرة مرسى عربية - اللؤلؤة - قطر :(THE ST REGIS DOHA & THE ST REGIS MARSA ARABIA ISLAND, THE PEARL QATAR



تواصل هيئة السياحة خططها لتطوير السياحة في قطر

يجسد فندق «ذا سانت ريجيس الدوحة» سحر الشرق الأوسط، وهو على حدود الخليج العربي، ويطل على مناظر طبيعية خلابة، تشكلها الكثبان الرملية وفن العمارة القديمة، وجزيرة اللؤلؤة. أما فندق «ذا ريجيس جزيرة مرسى عربية - اللؤلؤة» قطر، فيوفر ملاذاً حصرياً للجزيرة يعمه الهدوء. ويعد وجهة مثالية للباحثين عن التميز والأجواء الراقية بفضل تصميمه العصري وأجنته الفاخرة التي تمنح الضيوف الشعور بالفخامة والرفاهية.

أعلن المدير العام لفندقي «ذا سانت ريجيس» الدوحة و«ذا سانت ريجيس جزيرة مرسى عربية - اللؤلؤة» - قطر السيد مارك مطر في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، أن قطاع السياحة في قطر سجل نمواً هائلاً مدفوعاً بالفعاليات المهمة التي نُظمت في البلاد. واعتبر أن فندق ذا سانت ريجيس الدوحة يوفر للنزلاء تجربة إقامة مميزة مع أرقى الخدمات الفندقية، فيما يحظى فندق ذا سانت ريجيس جزيرة مرسى عربية باهتمام محبي الإقامة لفترات طويلة. وأشاد بدور هيئة السياحة في تنمية قطاع الضيافة في قطر.

الفندق المصنّف من فئة خمس نجوم منطقة شاطئية خاصة ومسبحاً خارجياً وملاعب تنس، إلى جانب مجموعة من خيارات الطعام المتنوعة التي ترضي كل الأذواق. كما يتميز الفندق بالقاعات الضخمة المخصصة لإقامة الحفلات والأفراح، ما يجعله الخيار الأمثل لسياحة الترفيه والاستجمام وسياحة الأعمال في آن.

أما بالنسبة إلى فندق سانت ريجيس جزيرة مرسى عربية، فهو يحظى باهتمام محبي الإقامة لفترات طويلة، إذ تتوفر داخل الشقق الفندقية خدمات مميزة تضيء نوعاً من الراحة والاسترخاء للنزلاء، فضلاً عن استقطاب أعداد كبيرة من السياح الراغبين في اكتشاف الجزيرة ونمط العيش الفريد المتاح للزوار.

هيئة السياحة من الداعمين الأساسيين للقطاع الفندقي

■ كيف تصفون دور هيئة السياحة في تنمية القطاع الفندقي؟

- أظهر قطاع السياحة في قطر نمواً هائلاً مدفوعاً بالفعاليات المهمة التي نُظمت في البلاد،

حيث تواصل الهيئة خططها الطموحة لتطوير قطاع السياحة وزيادة أعداد الوافدين، ما يساهم في تنشيط أداء القطاع الفندقي طيلة السنة. أمليّن في أن تبقى هيئة السياحة من الداعمين الأساسيين للقطاع الفندقي من خلال المبادرات الهادفة التي تعمل عليها. ■

«رسخنا مفهوم الاستدامة في ممارساتنا»

■ كيف ترون مستقبل السياحة المستدامة، وما هي الخطوات التي يتم اتخاذها لتعزيز قطاع السفر؟

- بات مفهوم السياحة المستدامة

يحظى باهتمام كبير في السنوات الأخيرة، مع إدراك الشركات والجهات المعنية أهمية الحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية للأجيال المقبلة.

وفي هذا الإطار، تُعدّ علامة ماريوت الدولية من العلامات الأولى الرائدة في قطاع الضيافة، التي بادرت إلى إطلاق بعض الممارسات والمبادرات والعمل على تطبيقها لترسيخ هذا المفهوم، وتوجهها نحو الفنادق الخضراء كنهج للسياحة المستدامة. ومن هنا بدأ العمل على تعديلات جذرية، منها التخلص الكامل من العبوات البلاستيكية وترشيد استهلاك الموارد الطبيعية والاستثمار في الطاقة المتجددة، إضافة إلى استيراد المنتجات من أماكن قريبة للتخفيف من الانبعاثات السامة التي تعدّ من أسباب تلوث الهواء. ونحن مستمرّون في اتباع أساليب جديدة ومبتكرة لنساهم بدورنا في تعزيز السياحة المستدامة داخل دولة قطر.

نستقطب أعداداً كبيرة من السياح

■ كيف تصفون الإقبال على علامة سانت ريجيس في دولة قطر؟

- يُعدّ فندق سانت ريجيس الدوحة من الفنادق الفاخرة ذات الاستخدام المتعدد، كونه يوفر للنزلاء تجربة إقامة مميزة مع أرقى الخدمات الفندقية. ويوفر



كفاح بن حسين (المدير العام لفندق حياة ريجنسي الرياض HYATT REGENCY):

المملكة باتت منافسة وبقوة مع الدول السياحية العالمية ونتجه إلى تنويع خيارات الإقامة لاستقطاب مزيد من السياح



يتيح فندق حياة ريجنسي الرياض HYATT REGENCY، فرصة اكتشاف الرفاهية في وسط مدينة الرياض، لبعده خطوات من كل ما يجعل المدينة وجهة أعمال، ويمكن استكمال رحلة استكشاف معالم المدينة، بدءاً من مركز الملك عبد الله المالي (KAFD) ومركز الرياض الدولي للمؤتمرات والمعارض، من دون إغفال متعة التسوق في أفخم مركز تسوق في الرياض سنتريا مول، فضلاً عن شارع التحلية النابض بالحياة في أوقات المساء.

والطفرة السياحية التي تشهدها المملكة العربية السعودية، دفعت مجموعة فنادق حياة، إلى التخطيط للتنويع في فئات مؤسساتها، متيحة خيارات إقامة أمام السياح سواء كانوا من الداخل أو من الخارج.

التطور اللافت في القطاع السياحي في المملكة الذي جعلها منافسة وبقوة مع الدول السياحية العالمية انعكس إيجاباً على معدلات الإشغال في الفنادق، بحسب ما قال المدير العام لفندق حياة ريجنسي الرياض HYATT REGENCY السيد كفاح بن حسين في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، لافتاً إلى أن الفنادق تسجل إقبلاً متزايداً وارتفاعاً في نسب الإشغال مقارنة بالسنوات الماضية بمعدل ٥٪ عاماً بعد آخر. وعلى رغم «الأداء الإيجابي» للفندق، أكد بن حسين «أننا نحاول زيادة معدلات الإشغال»، معتبراً أن هذا الأمر مرتبط بإيجاد أساليب أخرى لجذب الزوار خلال عطلة نهاية الأسبوع وموسم الصيف.

إلى ذلك، حملات التوعية داخل الفندق لتعزيز الوعي حول ترشيد استهلاك الموارد الطبيعية، فضلاً عن عمليات التدوير والتخفيف من هدر الطعام، وغيرها من المبادرات الداعمة لمسيرة التحول نحو السياحة المستدامة التي تنتهجها المملكة العربية السعودية.

نحاول زيادة معدلات الإشغال

■ كيف تقيّمون نسب الإشغال في الفندق؟

– على رغم الأداء الإيجابي للفندق نحاول زيادة معدلات الإشغال التي تبلغ نسبة جيدة، وهذا الأمر مرتبط بإيجاد أساليب أخرى لجذب الزوار خلال عطلة نهاية الأسبوع وموسم الصيف، من خلال تنويع الخدمات والنشاطات واستقطاب وفود من جنسيات جديدة، لما تشكل هذه الخطوة من فرصة لتحريك النشاط السياحي الذي يُعد داعماً أساسياً للاقتصاد والتنمية المستدامة.

مع الإشارة إلى أهمية تنشيط السياحة الداخلية مع افتتاح وجهات جديدة، فضلاً عن تنويع المنشآت الفندقية ومضاعفة عدد تلك التي تستهدف العائلات.

ويوجد لدى مجموعة فنادق حياة توجه للتوسع في فئات مؤسساتها لتقديم خيارات ضيافة متنوعة، لاستقطاب سياح يطلبون هذا النوع من الإقامة والخدمة. ■



■ كيف تقيّمون النشاط السياحي في المملكة العربية السعودية؟
– تشهد المملكة طفرة سياحية غير مسبوقة مع


ارتفاع أعداد الزوار تماشياً مع «رؤية المملكة ٢٠٣٠»، لتكون بذلك المملكة منافسة وبقوة مع الدول السياحية العالمية، خصوصاً مع ما توليه القيادة ووزارة السياحة من اهتمام كبير بهذا القطاع وتقديم التسهيلات والارتقاء بالخدمات المقدمة للزوار، ما انعكس على معدلات الإشغال. إذ شهدت

الفنادق إقبلاً متزايداً وارتفاعاً في نسب الإشغال مقارنة بالسنوات الماضية بمعدل ٥٪ عاماً بعد آخر. وهذا مؤشر إلى الحركة السياحية الناشطة في مجمل القطاعات، حيث أضحت المملكة نقطة جذب من مختلف دول العالم. ويُتوقع تحقيق خطوات متقدمة مع افتتاح وجهات جديدة وإطلاق الفعاليات المتنوعة.

استراتيجية خاصة بالاستدامة والممارسات البيئية

■ بعد التوجه العالمي نحو السياحة المستدامة، ما هي الإجراءات المتبعة للامتثال لهذه المبادئ؟

– تتبني مجموعة فنادق حياة استراتيجيات خاصة بالاستدامة والممارسات البيئية، بالتزامن مع توجه المملكة نحو السياحة المستدامة، ما يدعم الخطوات التي نقوم بها على مستوى التحول نحو الطاقة المتجددة، وإطلاق مبادرات في مجال التشجير لزيادة المساحات الخضراء. أضف



فندق حياة ريجنسي العليا
رفاهية فاخرة في قلب مدينة الرياض

 **HYATT REGENCY™**

RIYADH OLAYA

حياة ريجنسي الرياض العليا

محمد العوضي (المدير العام لمجموعة شيفال Cheval Collection):

Cheval Collection عنوان الفخامة والأناقة في قطاع الفنادق

باتت مجموعة «شيفال» Cheval Collection عنوان الفخامة، الأناقة والخدمة الاستثنائية في القطاع الفندقي، وأضافت إلى هذه المزايا التي طبعت نشاطها على مدى ٤٠ عاماً، سياسة الاستدامة التي تمثل امتداداً لقيمها ومعتقداتها الأساسية. إذ تهدف إلى إثبات التزامها بإدارة تأثير المجموعة البيئي، والعمل باستمرار على طرق لتحسين البيئة المحيطة بها وتعزيزها. إذ تتضمن خريطة الطريق الخمسية لمجموعة شيفال بشأن الحوكمة البيئية والاجتماعية أهدافاً حول مجالات التركيز الرئيسية، بما في ذلك مراقبة النفايات وانبعاثات الكربون ورفاهية الموظفين وإدارة سلسلة التوريد واستهلاك الموارد.

وأكد المدير العام لمجموعة شيفال Cheval Collection السيد محمد العوضي في مقابلة مع «البيان الاقتصادي»، وجود طلب كبير على الشقق الفندقية الفاخرة في مجمل مناطق الشرق الأوسط، لافتاً إلى نجاح العلامة في تعزيز حضورها في المنطقة انطلاقاً من اختيارها لمواقع مميزة والخبرة في توفير مساحة للاسترخاء.

اختيارها لمواقع مميزة والخبرة في توفير مساحة للاسترخاء تضم مجموعة من الخدمات المتكاملة التي يحتاج إليها النزلاء خلال إقامتهم سواء لفترة طويلة أم لفترة قصيرة.

فرصة للتسويق للعلامة والخدمات المميزة التي نقدمها للنزلاء

■ ما القيمة المضافة من مشاركتكم في معرض سوق السفر العربي والمعارض الأخرى المتخصصة في قطاع الضيافة؟

– تشارك مجموعة شيفال في المعارض العالمية والإقليمية المتخصصة في قطاع السياحة والسفر، إيماناً منها بأهمية التواجد في مثل هذه المحافل الدولية لما تمثله من فرصة للتسويق للعلامة والخدمات المميزة التي تقدمها للنزلاء، ما يجعلنا أكثر انتشاراً ويعزز قدرتنا على توسيع محفظة الشقق الفاخرة في الكثير من الأسواق. ■

إلى أي مدى تولي مجموعة شيفال Cheval Collection أهمية لمنطقة الشرق الأوسط؟

– تقدم شيفال خدمات الإقامة الفاخرة لأكثر من ٤٠ عاماً في مجال الشقق الفندقية المتكاملة، وتشمل الكثير من المزايا وسبل الراحة. وكانت نقطة الانطلاق الأولى من لندن، حيث تضم العلامة تسع منشآت فيها، وهي عبارة عن شقق فندقية،

وثلاث في أدنبرة عاصمة اسكتلندا، إضافة إلى التوقيع على عدد من

المشاريع الجديدة أبرزها منشأة في غلاسكو ستكون جاهزة عام ٢٠٢٦ وأخرى في الرياض، فضلاً عن افتتاح منشأة في إمارة دبي وأخرى في مدينة إكسبو.

ويوجد طلب كبير على الشقق الفندقية الفاخرة في مجمل مناطق الشرق الأوسط. كما نجحت العلامة في تعزيز حضورها في المنطقة انطلاقاً من

”نجحنا في تعزيز حضورنا في منطقة الشرق الأوسط“

شيفال كوليكشن تتوقع استكمال مشروعها الفندقي الأول في السعودية في عام ٢٠٢٧

سينطلق مشروع الشقق الفندقية الفاخرة الجديدة لمجموعة «شيفال كوليكشن» CHEVAL COLLECTION في الرياض، المملكة العربية السعودية، هذا العام، على أن يتم الانتهاء من أعمال التشييد في عام ٢٠٢٧.

ويُعتبر برج «شيفال لندن ليفينج» – وهو عبارة عن شراكة مع شركة «لندن للاستثمار» التي يقع مقرها في المملكة – المشروع الفندقي السكني الأول في السعودية والثالث في الشرق الأوسط لمجموعة «شيفال كوليكشن». فإن شركة الضيافة هذه الحائزة على جوائز والتي تتخذ من المملكة المتحدة مقراً لها تدير حالياً «شيفال ميزون – نخلة دبي» وستفتتح «شيفال ميزون – مدينة إكسبو دبي» في عام ٢٠٢٥.

وفي معرض حديثه في سوق السفر العربي، قال

جون فيليبسون، الرئيس التنفيذي للعمليات لدى «شيفال كوليكشن»: «نُعدّ المملكة العربية السعودية

محطة رئيسية في مسيرة توسّع «شيفال كوليكشن»

في الشرق الأوسط، ونحن فخورون بإضافة برج

«شيفال لندن ليفينج» إلى محفظتنا العقارية الدولية –

وإلى سوق الضيافة المتنامية في السعودية. ونتطلع

إلى وضع حجر الأساس هذا العام، ثم افتتاح أعمال

التشغيل في عام ٢٠٢٧.



جون فيليبسون



John Raffoul (General Manager – Cheval Maison The Palm):

The Q1 of 2024 has been phenomenal We are number one in terms of reputation

John Raffoul, General Manager of Cheval Maison The Palm, has over 20 years of experience in the hospitality industry, covering various aspects such as sales and marketing, F&B, banquets, pre-openings, renovations, and takeovers. He is a graduate of the International Hospitality Management Program (IHMP) by AccorHotels, a prestigious certification that demonstrates his competence and excellence in managing hotels and resorts. As a General Manager, Mr. Raffoul oversees the operations and performance of the property, ensuring customer satisfaction, revenue growth, profitability, and quality standards. He leads and develops a team of professionals, fostering a culture of collaboration, innovation, and empowerment, as well as implementing sales and marketing strategies, overseeing the F&B operations to make sure it fits with the guest journey, and building relationships with key stakeholders and partners. Mr. Raffoul, who has been featured at Hotelier ME top 100 GMs power list 2022 and shortlisted top 10 best GM ME, is always passionate about transforming businesses, creating memorable experiences, and mentoring others. Following is the interview conducted with Mr. Raffoul during the Arabian Travel Market.



We score high in green tourism

• **To what extent are you focusing on sustainability at Cheval Maison The Palm?**

- We definitely are part of that and we take pride in what we are doing. Sustainability is key for our guest and employees across all our brands and properties. We are part of Green Tourism Program that basically tracks our sustainability, and recently we, at Cheval Maison The Palm, were granted the bronze level at the Green Tourism for the initiatives that we have taken to make sure we are sustainable and following the guidelines of green tourism. Also, across all our brands in London and Edinburgh we score high in green tourism.

Therefore, Cheval Collection's sustainability policy is an extension of our core values and beliefs. Its aim is to demonstrate, for guests, for our team and for our suppliers, our on-going commitment to managing our environmental impact and to continually working on ways to improve and enhance our surroundings. Cheval Collection's five-year roadmap for ESG (Environment, Social, Governance) includes a series of targets around key focus areas, including waste monitoring, carbon emissions, employee well-being, supply chain management and resource consumption. We try to minimize waste by evaluating operations and ensuring they are as energy efficient as possible, minimize emissions through the selection of renewable sources of energy, minimize energy consumption through building management systems optimization, actively promote recycling, both internally and amongst guests and suppliers, source and promote a product range with a minimal environmental impact, meet or exceed all the environmental legislation that relates to the company, as well as ensure the wellbeing of our guests and employees correlates with Company sustainable activities and promote corporate responsibility regarding the environment and community impacts. We also take initiatives with the local market by collecting and sending the cans at the end of the month to be recycled, and we do clothes donations as part of our monthly initiatives to make sure we give back to the community. Furthermore, we educate our guest by informing them about all the initiatives that we take so that they can be part of it. In the bedrooms, the bins are sustainable where we have bins for recyclable materials and other items to make sure we educate the guests and get their support whenever they stay with us. Also, all our bathroom products are ecofriendly. This goes in line with DTCM initiatives, noting that we are part of the Dubai Municipality portal where we record on a monthly basis our recycling items, glass, cans, carbon footprint, etc... in the portal to make sure we are in line with the guidelines and directives of the Dubai Municipality. It is worth mentioning that we are planning to adopt an in-house water filtering system so we can provide guests with freshly filtered drinking water, as already happened at our properties in the UK.

• **How much the Dubai Tourism Authority is supporting the hotels and the hospitality industry as a whole?**

- Definitely, the Dubai Tourism Authority plays a big role driving this and they are putting lots of rules and regulations in order to make sure hotels, guests and team members are following. During COP28, there was a lot of exposure on sustainability, renewable energy, 2030 vision and all the guidelines and regulations that came out from this to supporting the environment. We, as a brand, take part of that and make sure we are in line with the same guidelines that Dubai has put for the environment to ensure we follow. We also do get audited where audit teams come to our hotel and check our 19 sustainability points to make sure we

are in line with that and if not then we have to take actions and accordingly we report back and rectify it.

• **What were your main achievements since you handled the management of Cheval Maison The Palm?**

- No doubt that being granted the Green Tourism bronze level has been a great achievement for the team in general. I've been with the company for the last six months and there was a lot that actually happened in terms of guest online reputation where we managed to drive even more positive reviews and we pushed the ranking up. We are number one when it comes to reputation based on the feedback that we get from the guest. Moreover, we managed to the level our financial results for 2023 and I was part of driving that process. The first quarter of 2024 has also been phenomenal especially that we delivered the expectations. In addition, the market has been great and we are trying to take advantage of that as much as possible to make sure we meet the expectations. Furthermore, we focused on promoting and taking care of the team members so we managed to identify after a year of operation some of the successes that the team members managed to achieve and we highlighted that on a brand level. We also promoted couple of our team members so there is a lot of engagement and employee recognition to make sure all the staff is happy because of the team members weren't happy, we would not be able to deliver.

We want to grow in UAE & the region

• **Do you have any expansion plans in the region?**

- Absolutely, we are bold and want to grow in the region especially that it has lots of potential. We are keen to grow further within the UAE and across the GCC. It is worth mentioning that we have signed a partnership agreement with Ladun Investment Company for the construction and operation of Cheval Ladun Living – a tower featuring luxury hotel apartments situated on King Fahd Road (near King Abdullah Financial Center) in Riyadh. The partnership marks the first project of Cheval Collection in Saudi Arabia, and will feature 130 residential units of various sizes, from one to three rooms, along with amenities including a gym, swimming pool, and sauna. Construction of the tower with a total cost of up to 300 million Saudi riyals (£63.8m) – is set to commence this year, with expected completion in 2027. We are thrilled to collaborate with Ladun Investment Company for this venture, giving us an opportunity to contribute to Saudi Arabia's dynamic hospitality industry. The growing demand for furnished apartments presents an opportunity to strengthen the Cheval Collection brand, leveraging our decades-long expertise in luxury-serviced apartments. We will also open Cheval Maison – Dubai Expo City in 2025. It will be one of Cheval Collection's largest properties, with 150 luxury hotel apartments, including studios, one-and two-bedroom units and two royal suites, a rooftop pool, meetings and events spaces as well as a restaurant and bar, brasserie and coffee shop. Located alongside the iconic Al Wasl Plaza, Cheval Maison – Expo City Dubai is a repurpose of the showpiece Leadership Pavilion that hosted world leaders during EXPO 2020 and COP28. It is currently undergoing a full refurbishment. It will be a key milestone in our business expansion, reinforcing our commitment to the region – and our role in contributing to government tourism goals. Dubai is firmly established as a world-leading, pioneering tourism hub, and we are proud to be part of the city's growth, diversification and accomplishments. Therefore, as Cheval Maison - The Palm Dubai celebrates a tremendous first year of operation, we are anticipating the same success from our upcoming opening in Dubai's prestigious Expo City.



محمد سعيد (المدير التنفيذي لشركة Royal Caribbean Arabia):

الاستدامة تدرج في صلب اهتماماتنا حفاظاً على البيئة



لا توازي متعة السفر في الباخرة أي متعة أخرى، بحيث تخال السفينة على ضخامتها وعدد طبقاتها ومطاعمها وأماكن الترفيه فيها ومتاجرها فندقاً عائماً ماخراً عباب مياه البحر، بحيث يمكن الاستغناء عن الخروج منها إلى البر. هكذا هي السفن التي تسييرها شركة Royal Caribbean International حول العالم، قاصدة أكثر من ٢٧٠ وجهة في أكثر من ٦٠ دولة في ست قارات.

وتتميز شركة Royal Caribbean International بابتكار الخدمات التي تقدمها للمسافرين في منتهى، وهي اعتمدت هذه المواصفات منذ إطلاقها عام ١٩٦٩. أما أسطول سفنها فتشكل كل فئة منها تحفة معمارية. وقد باتت تشغل منذ بداية هذه السنة ٢٨ سفينة، إضافة إلى ثلاث إضافية تحت الطلب.

استعاد قطاع السفر بحراً نشاطه بعدما سجل بعض الركود نتيجة الأحداث التي شهدتها منطقة الشرق الأوسط، لكن لاحظ المدير التنفيذي لشركة Royal Caribbean Arabia السيد محمد سعيد في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، بدء العودة التدريجية للحركة، ما يؤشر إلى أن النتائج المحققة ستكون مشجعة مع تسجيل معدلات نمو تتراوح بين ٢٥ و ٣٠٪ مقارنة بعام ٢٠١٩.

وعن اعتماد معايير الاستدامة، أكد أن السياح باتوا أكثر اهتماماً بتطبيقها في مختلف المرافق السياحية، موضحاً أن الاستدامة تدرج في صلب اهتماماتنا على صعيد الإدارة الصحية للمخلفات وإعادة استخدامها بطرق صديقة للبيئة.

الاستدامة في مختلف المرافق السياحية. أما بالنسبة إلى سفن رويال كاريبيان السياحية، فهي تعد من البواخر السياحية الفاخرة التي يتسع متنها لنحو خمسة آلاف شخص، لذلك تأتي الاستدامة في صلب اهتماماتنا على صعيد الإدارة الصحية للمخلفات وإعادة استخدامها بطرق صديقة للبيئة.

مع الإشارة إلى أن السفينة السياحية "Icon of the Seas" تعمل على الغاز الطبيعي (Liquefied Natural Gas (LNG)، الذي يعد أكثر مواد الفيول أماناً وصديقاً للبيئة. وبحسب تصريح لمجموعة رويال كاريبيان ستتحول إلى صفر انبعاثات بحلول عام ٢٠٣٢.

الحركة مشجعة

■ كيف تقيّمون النشاط السياحي خلال العام ٢٠٢٤؟

— شهدت حركة الرحلات البحرية نوعاً من الركود نتيجة الأحداث الجيوسياسية والتوترات في منطقة الشرق الأوسط. لكن بدأنا نلاحظ الآن عودة تدريجية للحركة، ما يؤشر إلى أن النتائج المحققة ستكون مشجعة، مع تسجيل معدلات نمو تتراوح بين ٢٥ و ٣٠٪ مقارنة بعام ٢٠١٩. ■



البيان ■ الموضوع الرئيسي لمعرض سوق السفر العربي ٢٠٢٤ هو «تمكين الابتكار - تحويل السفر من خلال ريادة الأعمال». ما هو الدور الذي تقومون به في هذا المجال؟

— دخل قطاع السفر والسياحة مؤخراً مرحلة جديدة من التحولات والتوجهات المتنوعة، حيث أضحت التكنولوجيات الحديثة متداخلة في شكل وثيق في العمليات الداخلية والإدارة. كما بات موضوع الداتا والبيانات مسألة مهمة جداً، كونها تلعب دوراً بارزاً في تحديد المسارات والخطط المستقبلية، منها على سبيل المثال البيانات المرتبطة بالسائح أو المسافر العربي، لجهة قدراته الشرائية والتوقيت الذي يختاره للسفر والوجهات المفضلة وآلية الحجز، وغيرها من المعلومات التي تُحفظ ويبنى عليها في المستقبل لتحديد المسار المهني للإدارة.

بات السياح أكثر اهتماماً بتطبيق الاستدامة في المرافق السياحية

■ إلى أي مدى يولي رواد السفن السياحية أهمية لمفهوم الاستدامة؟

— أصبحت مسألة الاستدامة قضية عالمية بدأت بتطبيقها دول كثيرة في العالم، في شتى المجالات وقطاعات الأعمال، ومن ضمنها القطاع السياحي والسياح تحديداً الذين باتوا أكثر اهتماماً بتطبيق معايير



ICON ^{OF} THE SEAS

THE BEST FAMILY VACATION IN THE WORLD

..... Book your adventure at RoyalCaribbean.ae



محمد عامر (الرئيس التنفيذي لمدينة الجونة - مصر):

الجونة أكثر من منتج سياحي ... الجونة مدينة متكاملة



لا يتوقف التطوير العقاري والسياحي في مدينة الجونة الواقعة بالقرب من مدينة الغردقة المصرية، وهي إحدى الوجهات المتكاملة لشركة أوراسكوم للتنمية في البحر الأحمر التي أطلقت المشروع عام ١٩٩٠. إذ تضع إدارة المدينة استراتيجية لبناء مزيد من المشروعات العقارية والفندقية في هذه المدينة المتكاملة.

الجونة هي أكثر من منتج سياحي، إذ تؤهلها البنية التحتية والمنشآت الطبية والتعليمية والفنية والسكنية لتكون مدينة متكاملة للسياح والمقيمين والمستثمرين من أنحاء العالم على مساحة ٣٦,٩ مليون متر مربع. تتمتع مدينة الجونة بحكم وقوعها على ساحل البحر الأحمر بطبيعة خلابة وطقس معتدل، وتحيطها الجبال والمياه والمساحات الخضراء.

وكشف الرئيس التنفيذي لمدينة الجونة - مصر السيد محمد عامر في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، عن العمل على مشروعات في الجونة من أهمها مشروع North Bay الذي يقدم فيلات متنوعة وتصميمات فاخرة تقدم أعلى مستويات الرفاهية للعملاء على لاجون مفتوح. وقال «نحن منافسون ومستعدون لخوض تجارب جديدة والسعي إلى استقطاب عملاء أكثر من خارج مصر».

الكثير لنقدمه. تمتلك الجونة كافة المرافق والخدمات التي تجعل الحياة فيها أكثر رفاهية وخصوصية فضلاً عن كونها مدينة نابضة بالحياة وتضم مستشفى عالمياً وأربع مدارس وأربع موانئ تتسع لأكثر من ١٠٠٠ يخت في المراسي واللاجونات المختلفة، وتعتبر الجونة أكبر مشغل للموانئ من القطاع الخاص في المنطقة، كما تمتلك ١٨ فندقاً ومنتجعاً سياحياً من فئات مختلفة بين ٣ إلى ٥ نجوم. وتتميز مدينة الجونة بخدماتها عن أي منطقة أخرى، ومناطق تسوق تضم حوالي ٧٠٠ محل تجاري مختلف ما بينهم ١٠٠ مطعم وكافيه بأنماط متنوعة، إضافة إلى مرافق وملاعب رياضية مختلفة مثل ملاعب جولف، واسكواش وبادل، وغيرها... وغيرها من التفاصيل السياحية التي تجذب الاستثمارات التي نرحب بها. وتولي الجونة اهتماماً كبيراً بسياحة اليخوت وهي من أهم أنواع السياحة، وقد اتخذت الدولة خلال الفترة الماضية الكثير من الإجراءات لدعم وتعظيم سياحة اليخوت في مصر، تعتبر الجونة أكبر مشغل لليخوت في مصر، لدينا أربع مراس حاليًا وتتخطى الطاقة الاستيعابية للمدينة ١٠٠٠ يخت.

النشاطات الرياضية

■ ما هي أبرز الخدمات السياحية التي يمكن للسائح التمتع بها؟

- مدينة الجونة قبلة لمختلف الرياضات، فأولها الرياضات المائية. تمتاز الجونة، بموقع ساحلي مميز يوفر رياحاً مثالية ومياه صافية لممارسة كافة أنواع الرياضات المائية، بالإضافة إلى مراكز متخصصة تخدم جميع المستويات، من المبتدئين إلى المحترفين، بينما توفر الفنادق خدمات مخصصة لمحبي هذه الرياضات. لا تقتصر مدينة الجونة على الرياضات المائية فحسب، بل هي وجهة رياضية متكاملة، حيث استضافت على مدار ١٢ عاماً، وما زالت تستضيف بطولات عالمية مثل بطولة الجونة الدولية للإسكواش للرجال والسيدات البلاتينية PSA. ولدى مدينة الجونة نادي كرة قدم رياضي، يلعب في الدوري المحلي. وقمنا بتوقيع اتفاقية لإنشاء Heazy Skate Park، أكبر منتزه للتزلج في أفريقيا والشرق الأوسط بمدينة الجونة بدعم من وزارة الشباب والرياضة، وذلك خلال فعاليات النسخة الثانية

بداية كيف تقيّمون واقع السياحة والقطاع العقاري في مصر لهذا العام؟

- القطاع العقاري من أهم القطاعات في مصر ويمثل حوالي ٢٠٪ من الناتج الإجمالي المحلي، نتيجة النمو الملحوظ فيه، إضافة إلى الاستثمارات الكبيرة التي تضخ في القطاع. إذ تشهد سوق العقارات في مصر طلباً متزايداً على امتلاك العقارات كونه يمثل وعاء آمناً للاستثمار وللتنوع في عدد المطورين العقاريين، وتجذب المستثمرين المحليين والدوليين الذين يسعون إلى الاستفادة من إمكانات هذا النمو.

أما قطاع السياحة في مصر فقد تأثر سلباً بأحداث غزة وبعائدات البحر الأحمر، لكن نسب الإشغال عادت في شكل ملحوظ في شهر مارس.

نجحت مدينة الجونة خلال العام الماضي في تعزيز مكانتها كواحدة من أهم الوجهات في مصر، ارتفعت صافي المبيعات العقارية في الجونة بنسبة ٧١,٢٪ لتصل إلى ٧,٦ مليار جنيه مصري خلال ٢٠٢٣ مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي. كما استمر في تطوير المدينة خلال ٢٠٢٤ وتمكنت الشركة من تسليم ٣٨٨ وحدة بالفعل للعملاء في ٢٠٢٣ كما نعمل حالياً على الانتهاء من أعمال التشييد والبناء لـ ٨٣٦ وحدة، ونستهدف تسليم ٨٦٠ وحدة في ٢٠٢٤ حيث تتضمن الوحدات المطورة من قبل شركة أوراسكوم للتنمية بالإضافة إلى الوحدات الخاصة بالمطورين المتواجدين بالمدينة.

الطبيعة الخلابة والطقس المعتدل

■ ما الذي يميز «الجونة» كمقصد سياحي عن بقية المناطق في مصر والمنطقة؟ وبشكل عام المناطق السياحية التي طورتها شركة أوراسكوم للتنمية؟

- تتميز مدينة الجونة بطبيعتها الخلابة وطقسها المعتدل الذي لا يرتبط بموسم معين. تحيط بها الجبال والمياه والمساحات الخضراء، وتمتد على شاطئ يصل إلى ١٢ كيلومتراً من البحر الأحمر وتبعد ٢٥ دقيقة من مطار الغردقة. وتستقطب السياح من دول أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا، وتتميز ببنية تحتية متطورة ومستقلة وتوفر كل الخدمات المتكاملة، بحيث بدأنا منذ ٣٥ سنة والآن تضم ٩٢٠٠ وحدة، و٢٥٠٠٠ من عدد السكان الدائمين، ٤٠٪ منهم أجانب. تم تطوير ٥٠٪ من مساحة المدينة وما زال لدينا



بمساحات تبدأ من ٢٠٧ أمتار مربعة حتى ٣٩٠ متراً مربعاً بتصميمات فاخرة تقدم أعلى مستويات الرفاهية للعملاء. ونحن بصدد إطلاق المرحلة الثانية للمشروع الذي تم إطلاق المرحلة الأولى منه منذ نحو ٤ أشهر، وهي مرحلة جديدة توفر حياة هادئة تطل على لاجون مفتوحة وملتصقة بالبحر، وحقت مبيعات كبيرة، بالإضافة إلى الافتتاح لـ Fanadir Marina في شهر مايو حيث يتم افتتاح ٣٩ محلاً تجارياً، إلى جانب وحدات سكنية تم بيعها بالكامل، وبدأت التسليمات فيها.

وسنطلق في مدينة الجونة قريباً أكبر مشروع عقاري في تاريخ المدينة Shedwan Creek. سيقدم المشروع أنواعاً متعددة من الوحدات مثل الفيلات بأنواعها المختلفة، والوحدات التجارية، تطل الوحدات على لاجون مفتوح على البحر ويعد من أهم المشروعات في المدينة وسنعلن عن تفاصيله ومكوناته قريباً. كما نخطط لطرح مشروع G-valley كنظام بيئي شامل للشركات الناشئة ورواد الأعمال حيث يوفر تجربة متكاملة من المرافق والتسهيلات المختلفة الأساسية لاحتضان الشركات الناشئة والصغيرة والمتوسطة. وتعمل المدينة على خلق تجربة مثالية لرواد الأعمال مُعززة بحلول شاملة تساعد على العمل والاستمتاع بالحياة، هذا إلى جانب الخدمات الحكومية اللازمة لبدء وإدارة الأعمال بكفاءة. ولدينا خطة طموحة لفتح أسواق جديدة عن طريق استقطاب عملاء أجانب جدد، حيث إن هذه الفئة تستحوذ حالياً على ٣١٪ من إجمالي عدد الوحدات المباعة في المدينة.

قمنا بإطلاق منصة El Gouna Plus مؤخراً لتقديم خدمات متكاملة للمالكي الوحدات في الجونة، وهي عبارة عن منصة متميزة تهدف إلى خدمة العملاء وأصحاب المنازل من خلال تقديم ثلاث خدمات مختلفة: التصميم والتجديد، وإدارة الممتلكات والخدمات المنزلية.

وبعد التغييرات التي طرأت منذ أكثر من سنتين وبناءً على أداء العام الماضي، نحن متفائلون ومستعدون لخوض تجارب جديدة والسعي إلى التوسع لاستقطاب عملاء جدد من خارج مصر والانتشار في العالم باستراتيجية تركز على التنوع. ■



من معرض سبورتنس أكسبوا. تمثل هذه الاتفاقية خطوة جديدة لتعزيز مكانة مدينة الجونة كمركز إقليمي لمختلف الفعاليات الرياضية والثقافية والفنية، ومن المتوقع البدء في عملية بناء المنتزه خلال العام الجاري، وافتتاحه رسمياً في ٢٠٢٥. هذا المزيج الفريد يجعل الجونة وجهة رئيسية لتنشيط السياحة في منطقة البحر الأحمر، حيث تجذب الرياضيين الدوليين وتقدم خيارات متنوعة تلبي أذواقهم، مما يعزز الاقتصاد المحلي ويُرسخ مكانة الجونة على الخريطة العالمية كمركز رئيسي للرياضات المختلفة.

■ ما هي نسب الإشغال التي تحققها فنادق الجونة؟

– تضم مدينة الجونة ١٨ فندقاً، وتحتوي على ٢٨٠٠ غرفة. وقد حققت فنادق الجونة العام الماضي نتائج أعمال رائعة، ووصل معدل الإشغال للربع الأول من عام ٢٠٢٤ إلى ٦٢٪، ومثل الأجانب ٩٤٪ منه. وأدت معدلات الإشغال القوية إلى النمو الكبير في أسعار الغرف الفندقية المباعة، سواء بالجنيه المصري أو بالدولار الأميركي. وتستمر مدينة الجونة في عملية تجديد وإحلال الفنادق، حيث بدأنا مرحلة الإنشاءات لنحو ٣٠ غرفة فندقية جديدة خلال عام ٢٠٢٤ في CASA COOK. كما قمنا بالإعلان عن إطلاق فندق El Gouna Remal Glamp الذي يتميز بكونه الأول في محافظة البحر الأحمر الذي يجمع بين روح وتجربة التخييم، ولكن بأعلى وسائل الراحة والرفاهية. وتتضمن هذه التجربة إقامة فاخرة، مع توفير مرافق فاخرة داخل الغرف. ويتميز الموقع بتوفير مكان مخصص ومثالي لإقامة الفعاليات مثل حفلات الزفاف وغيرها. ويتميز الفندق بتصميم وهندسة صديقة للبيئة مبتكرة تلبي احتياجات المسافرين الراغبين في الراحة. وسيضمن الفندق ٣٠ غرفة بتصميمات فنية حديثة وعصرية.

مشروعات كبيرة

■ ما هي استراتيجيتكم للمستقبل القريب؟

– خلال الفترة الماضية أطلقنا مشروع North Bay العقاري، الذي تم تصميمه على مساحة تصل إلى ١٢٠ ألف متر مربع شاملاً المسطحات المائية، ويضم المشروع مجموعة من الفيلات والتاون هاوس والتوين هاوس،



سيمون سمير

(الرئيس التنفيذي للعمليات لفنادق STELLA DI MARE):



فنادق «ستيلا دي ماري» رائدة في تطبيق معايير الاستدامة

حجزت مجموعة فنادق ومنتجعات ستيليا دي ماري STELLA DI MARE مكاناً ثابتاً في صناعة السياحة والضيافة العالمية، وهي تخطط لتوسيع انتشارها في المنطقة العربية، إذ ستضيف إلى خريطة تواجدتها في الإمارات ومصر دولاً جديدة، بالبحث حالياً عن الفرصة المناسبة للتوسع نحو المملكة العربية السعودية. وإلى خطط التوسع، تولي المجموعة أيضاً أهمية لدور الاستدامة في قطاع السياحة، إذ أكد الرئيس التنفيذي للعمليات لفنادق STELLA DI MARE السيد سيمون سمير في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، العمل على إطلاق مبادرات هادفة تتمثل في اتباع سياسة إعادة التدوير، وتقديم منتجات عضوية، وترشيد استخدام الطاقة والمياه. ولفت إلى أن الفنادق حققت معدلات ربحية العام الماضي هي الأعلى في تاريخ الشركة، متوقعاً تسجيل أداء متميز هذه السنة.

■ ■ ■ حققنا ربحية هي الأعلى وتوسع في سوق المملكة العربية السعودية

■ ■ ■ للمشاركة في الطفرة السياحية

أما بالنسبة إلى الأسواق الإقليمية، فنحن في طور البحث عن الفرصة المناسبة للتوسع في المملكة العربية السعودية، في ظل التطور المتسارع الذي تشهده المملكة مؤخراً على مستوى السياحة. ونجري حالياً محادثات مع بعض الجهات للوصول إلى نتائج إيجابية تمهد لعملية توسع على المدى القريب، نظراً إلى أهمية سوق المملكة بالنسبة إلينا، ونكون مثابة شريك في الطفرة السياحية القائمة.

البقاء عند حسن ظن العملاء

■ ما هي تطلعاتكم المستقبلية؟

– من المتوقع تحقيق أداء متميز هذا العام مقارنة بعام ٢٠٢٣. ونحن ماضون في التقدم والتطور بما يتماشى مع التحولات المستجدة واحتياجات العملاء والبقاء عند حسن ظنهم. ■

ستيلا دي ماري، ونحن مستمرين في بذل جهود مضاعفة لتحقيق أرقام استثنائية وأداء متميز في كل من السوقين الإماراتية والمصرية.

التوسع نحو المملكة

■ هل لديكم أي خطط توسعية إقليمية وعالمياً؟
– يمضي مشروع فندق «ستيلا دي ماري» في جزر موريشيوس على قدم وساق، ويُتوقع أن يفتح أبوابه للجمهور في أيلول سبتمبر عام ٢٠٢٥.

■ كيف ترون مستقبل السياحة المستدامة، وما هي الخطوات التي تقومون بها لتحقيقها؟

– تلعب الاستدامة دوراً حيوياً في قطاع الضيافة من خلال الاستخدام الأمثل للموارد. على صعيد التطبيق داخل الفنادق نحرص إلى حد كبير على الالتزام بهذه المعايير، من خلال إطلاق مجموعة من المبادرات الهادفة المتمثلة في اتباع سياسة إعادة التدوير، وتقديم منتجات عضوية للزوار تزرع في حديقة

خاصة داخل الفندق، إلى جانب ترشيد استخدام الطاقة والمياه في مختلف الغرف والمرافق.

أرقام استثنائية وأداء متميز

■ كيف تقيّمون أداء فنادق «ستيلا دي ماري» في كل من الإمارات ومصر؟
– سجلت الفنادق العام الماضي معدلات ربحية تعد الأعلى في تاريخ شركة





Dubai Marina Hotel Dubai - UAE



Beach Hotel & Spa
Sharm El Sheikh - Egypt



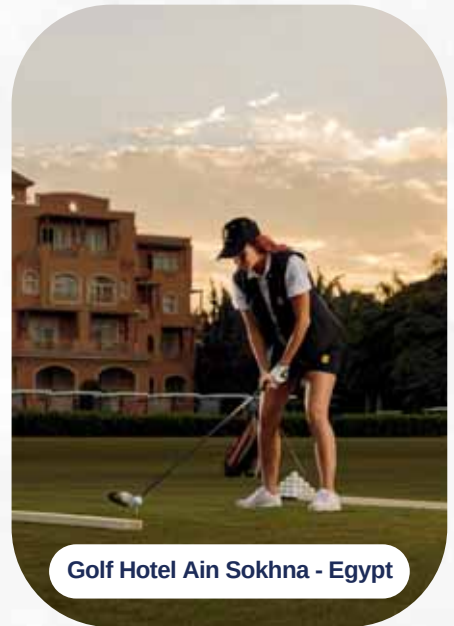
Grand Hotel Ain Sokhna - Egypt



Sea Club Hotel Ain Sokhna - Egypt



Stella Di Mare - Mauritius



Golf Hotel Ain Sokhna - Egypt

Stella Di Mare Hotels & Resorts

The stunning collection of Stella Hotels

Ain Soukhna: sales.admin@stelladimare.com | +20 22 314 5375
Sharm El Sheikh: info@stelladimaresharm.com | +20 128 043 4341
Dubai Marina: info.dubai@stelladimare.com | +971 4 563 5555
Mauritius: sales.admin@stelladimare.com | +20 22 314 5375



Visit our website

www.stelladimare.com



I assess the performance of Dubai's hospitality sector primarily through the analysis of tourism traffic and visitor numbers. Post-COVID-19, Dubai Tourism has launched numerous initiatives to revitalize tourism, positioning Dubai as a safe and attractive destination. These efforts have significantly boosted visitor traffic, with arrivals more than doubling between 2023 and 2024. This remarkable increase in tourist numbers serves as a clear indicator of the sector's robust recovery and growth, reflecting the effectiveness of strategic measures taken to attract and accommodate visitors.



FROM RIGHT: ANTOINE SAYEGH AND MOHAMMED IQBAL

• In your opinion, what measures can be taken to make travel more sustainable?

- To promote more sustainable travel, we are implementing initiatives similar to those of the Dubai government, aimed at reducing operational costs. By adopting energy-efficient systems and sustainable practices, we can lower expenses and, in turn, offer guests five-star facilities at four-star prices. This approach not only benefits the environment but also makes luxury travel more affordable and accessible.

• What strategies do you employ to maintain consistently high occupancy rates?

- To maintain consistently high occupancy rates, we

employ several strategies. Firstly, we collaborate with Dubai Tourism to explore and promote new travel destinations, ensuring we align with customer expectations and market trends. Additionally, we continuously upgrade and maintain our facilities to exceed guest expectations. By offering competitive and economical pricing within the area, we ensure that guests enjoy high-quality, five-star amenities at more accessible rates, enhancing their overall experience and encouraging repeat visits.

Our new voice-activated system enhances overall guest satisfaction & comfort

• What are your upcoming plans or initiatives?

- We are excited to announce the implementation of an innovative technology this year. Our new voice-activated system will allow guests to control various aspects of their stay from the comfort of their bed. This includes adjusting room lighting and AC temperature, ordering meals, and arranging transportation to any destination in Dubai. This cutting-edge system provides a seamless and convenient experience, eliminating the need for any physical gadgets or technology, thereby enhancing overall guest satisfaction and comfort.



Mohammed Iqbal, CHA, MBA (General Manager-Khalidia Palace Hotel Dubai by Mourouj Gloria):

We offer guests five-star facilities at four-star prices

At Khalidia Palace Hotel Dubai by Mourouj Gloria, their goal is to offer guests the best value for their stay. They have introduced concepts that allow their guests to enjoy five-star facilities and services while benefiting from the affordability typically associated with four-star hotels. This approach ensures that their guests receive top-tier luxury and comfort without breaking the bank. They strive to provide a sophisticated and refined ambiance that appeals to travelers seeking elegance and value.

Dubai is a highly competitive market, but they maintain their edge by being both economical and luxurious. Their prime location in the historic district of Deira, combined with spacious and stylish rooms, creates a chic metropolitan setting perfect for both business and leisure travelers. They focus on offering personalized services, modern amenities, and a relaxing environment, providing their guests with an oasis of comfort amidst the city's hustle and bustle. This balance of cost-effectiveness and high-quality service makes them competitive within Dubai.

Mohammed Iqbal, General Manager of Khalidia Palace Hotel Dubai by Mourouj Gloria, is a well-seasoned, experienced hotelier, and certified Hotel Administrator from the American Hotel & Lodging Educational Institute. He holds an MBA degree from the University of Wolverhampton and an Executive Diploma in International Business Management from Pearson Assured while being a certified Hotel Revenue Manager from Cornell University, bringing more than two decades of hospitality experience within the MENA region. Throughout his career, Iqbal has been involved in numerous pre-opening hotels across the GCC, building a culture of excellence whilst driving performance and developing strong teams. Al Bayan Magazine met Mr. Iqbal on the sidelines of ATM and conducted the following interview.



• **The main theme for ATM 2024 is “Empowering Innovation – Transforming Travel Through Entrepreneurship”. How are you contributing to achieving this goal?**

- At Khalidia Palace Hotel Dubai by Mourouj Gloria, we are dedicated to supporting the government's initiatives to empower innovation within the travel industry. We actively implement policies that promote sustainability through energy-efficient systems, waste reduction programs, and sustainable sourcing. To enhance the guest experience, we have integrated advanced technologies, allowing seamless online reservations and payments, mobile check-ins, and digital keys.

Soon, we will introduce mobile ID scanning, enabling a fully contactless check-in process. These efforts not only align with the theme of ATM 2024 but also set a benchmark for innovation and excellence in the hospitality industry, providing our guests with a superior and modern experience.

• **How do you assess the performance of the hospitality sector?**

- The Dubai Tourism, immediately after the Covid-19 impacts, has made a lot of efforts in improving the movement traffic to Dubai. We have seen traffic almost more than double between 2023 and 2024.



هادي المدور (مدير المبيعات والتسويق في فندق JW MARRIOTT HOTEL MUSCAT)؛

حققنا أداءً مميزاً ومعدلات إشغال إيجابية ونسعى للتسويق في الأسواق المحلية والإقليمية



تمكّن فندق «جي دبليو ماريوت مسقط» JW MARRIOTT HOTEL MUSCAT الجديد، المصنّف فئة خمس نجوم، من حصد حصة وازنة في قطاع الضيافة في سلطنة عُمان التي تشهد طفرة سياحية، وذلك على رغم انطلاق عملياته منذ ثمانية أشهر فقط.

ويتميّز الفندق في كونه وجهة فاخرة في مدينة مسقط، وبإطلالة غرفه والأجنحة الراقية على محيط طبيعي، وبقربه من المراكز التجارية والمعالم التراثية والثقافية.

وأكد مدير المبيعات والتسويق في فندق جي دبليو ماريوت - مسقط JW MARRIOTT HOTEL MUSCAT السيد هادي المدور في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، أن الفندق يحقق أداءً مميزاً ومعدلات إشغال إيجابية وفق الأهداف الموضوعية. ولفت إلى أنه يسعى إلى الوصول لنسب إشغال مرتفعة في الربع الأخير من السنة، والتسويق للعلامة في الأسواق المحلية والإقليمية.

■ ■ ■ التميّز في تقديم الخدمة مكّننا من حصد جائزة «أفضل فندق للأعمال» ■ ■ ■

ويوفر فندق جي دبليو ماريوت أيضاً عدداً من الأماكن لتناول الطعام، تأخذك في رحلات طهي مميزة غنية بالنكهات والمكونات، أبرزها مطاعم «KITCHEN 7»، الذي يقدم أطباقاً عالمية و«PINK SALT» و«SPORTS BAR» «BUTTER BUN» و«CATCH BY THE POOL». ويمكن لغير المقيمين في الفندق الاستفادة من تجربة مميزة لأشهر الأطباق العالمية، بفضل تنوع الخيارات المتاحة ووجود طهاة من جنسيات مختلفة.

دور بارز وحيوي

■ إلى أي مدى تساهم وزارة السياحة في زيادة عدد الوافدين إلى سلطنة عُمان؟

- تلعب وزارة السياحة دوراً بارزاً وحيوياً

في دعم الفنادق، من خلال تنظيم ندوات

وحلقات نقاش محلية، للبحث في كيفية زيادة

معدلات الإشغال وتنشيط الحركة السياحية، إلى

جانب التسويق للسلطنة في المعارض والفعاليات، وتسهيل

الضوء على المعالم السياحية المتنوعة. أضف إلى ذلك، السعي الدائم إلى تقديم خدمات فريدة من نوعها لتعزيز تجربة الزوار، وبذلك فإن الجهود المبذولة تنعكس إيجاباً على الأداء الفندقي وتساهم في زيادة عدد الوافدين.

نأمل تحقيق الأهداف والمساهمة في التسويق للسياحة

■ ما هي تطلعاتكم لعام ٢٠٢٤؟

- يحقق الفندق أداءً مميزاً ومعدلات إشغال إيجابية وفق الأهداف الموضوعية، مع السعي المستمر للوصول إلى نسب إشغال مرتفعة في الربع الأخير من هذا العام، والتسويق للعلامة في الأسواق المحلية والإقليمية، أملين في تحقيق هذه الأهداف والمساهمة في التسويق للسياحة وأبرز معالم الجذب في سلطنة عُمان. ■



■ كيف تقبّلون القطاع السياحي في سلطنة عُمان في النصف الأول من عام ٢٠٢٤؟

- تشهد السلطنة طفرة سياحية نشطة، بحيث أضحت محط جذب لزوار كثر من جنسيات مختلفة، ولأغراض متعددة مدفوعة بمجموعة من الجهود التي تبذلها سلطنة عُمان، ممثلة بوزارة التراث والسياحة والكثير من الجهات الفاعلة لدعم القطاع السياحي من خلال الاستثمارات في البنية الأساسية، ووضع خطط طموحة لجذب مزيد من الزوار. وتؤكد الأرقام المحققة في الربعين الأول والثاني من العام الحالي، زيادة

مطرده في أعداد الوافدين سواء للترفيه أو لسياحة الأعمال والمؤتمرات. كما يُعدّ موسم الصيف الأكثر استقطاباً للسياح، لذلك نحاول التسويق للسلطنة كوجهة مميزة، تضم مناطق الجذب الطبيعية والإرث التاريخي والثقافي.

جائزة «أفضل فندق للأعمال» على المستوى المحلي

■ ما هي أبرز التطورات التي شهدتها فندق جي دبليو ماريوت - مسقط؟

- بدأنا عملياتنا في السوق العُمانية منذ ثمانية أشهر، إلا أن التميّز في تقديم الخدمة مكّننا من حصد جائزة «أفضل فندق للأعمال» على المستوى المحلي، إذ شهد الفندق إقبالاً كبيراً لسياحة الأعمال والمعارض والمؤتمرات، وهذا يُعد إنجازاً مهماً بالنسبة إلينا.

وينشط الفندق في إطلاق مبادرات وبرامج هادفة تتعلّق بالاستدامة في مجالات متنوعة. كما أن لموسم الصيف طابعاً خاصاً هذا العام، إذ سنقدّم للعائلات برامج ترفيهية خاصة ونشاطات مميزة للأطفال. كما يمثل الموقع الاستراتيجي للفندق وقربه من المطار ومركز المعارض، عامل جذب سواء للراغبين في سياحة الترفيه أو الأعمال.



JW MARRIOTT

MUSCAT



STAY IN THE MOMENT™

Immerse in an inspiring stay at JW Marriott Hotel Muscat, where you can unwind, relax, and enjoy enriching experiences. Spread your wings to explore 304 spacious rooms and suites, sophisticated resort facilities, four carefully curated dining outlets, spacious meetings and event spaces. Unwind at Spa by JW while the little ones delight in Family by JW experiences.

For more information and for reservations,
visit www.jwmarriottmuscat.com
or call +968 2492 0000



An Unforgettable Experience



OLIVIER THOMAS

GENERAL MANAGER HOTEL DE PARIS MONTE - CARLO



A standout experience was the body massage at Thermes Marins Monte-Carlo, a sanctuary of wellness that left us feeling rejuvenated and pampered. Evening drinks at Le Bar Américain provided the perfect backdrop for reflecting on the day's experiences while enjoying expertly crafted cocktails in an elegant setting.

Our stay culminated with a delightful lunch at Café de Paris Monte-Carlo before our departure. The flawless service, attention to detail, and genuine warmth of the staff at Hotel de Paris Monte-Carlo ensured that every moment was memorable.

In summary, our visit to Hotel de Paris Monte-Carlo was an extraordinary experience that epitomized luxury and hospitality. The meticulously planned itinerary by SBM allowed us to enjoy the best of what Monaco has to offer, from exquisite dining to indulgent relaxation. We left with a deep appreciation for the impeccable service and unforgettable experiences provided by Monte-Carlo Société Des Bains de Mer. This trip was not only a testament to the exceptional quality of SBM's properties and services but also an insightful glimpse into the business acumen that has made SBM a leader in luxury hospitality.



Luxurious Escape to Hotel de Paris Monte-Carlo:



In May, Al Bayan Magazine, along with other media, had the privilege of being invited by Monte-Carlo Société Des Bains de Mer (SBM) thru PRCO Dubai to experience the iconic Hotel de Paris in Monte-Carlo for three nights. Owned by the Monegasque royal family and LVMH, SBM boasts a portfolio of the most prestigious hotels, spas, and dining venues in Monaco. Additionally, SBM is renowned for organizing world-class events such as the Formula 1 Grand Prix, Rolex Masters, and the Bal de la Rose.

Our journey began with a seamless transfer from Nice International Airport to the Hotel de Paris Monte-Carlo. Upon arrival, we were greeted with a warm welcome and swift check-in, setting the tone for the exceptional hospitality we were to experience throughout our stay.

The meticulously crafted itinerary by SBM was a perfect blend of relaxation, luxury dining, and exploration. We indulged in a delightful brunch at Le Deck at the Monte-Carlo Beach Hotel, a serene location that offered both delicious cuisine and the opportunity to unwind by the beach. Evenings were equally enchanting, with exquisite dinners at renowned restaurants like Coya Monte-Carlo and Café de Paris, each offering unique culinary delights and a vibrant atmosphere.

Throughout our stay, we enjoyed gastronomic experiences at Michelin-starred restaurants, including a memorable lunch at Le Grill and a sophisticated dinner at Amazonico. These dining experiences showcased the exceptional culinary standards that SBM properties are known for, making each meal a highlight of our trip.

Afternoons were reserved for leisure, allowing us to indulge in the luxurious amenities of the Hotel de Paris and explore the charming Principality.





خالد صعب (المدير العام - فندق رزیدنس إن الشيخ زايد من ماريوت):

نقدّم تجربة مميزة للزلاء

ونولي أهمية لمواكبة مبادرات الاستدامة

طراز الشقق في فندق رزیدنس إن الشيخ زايد من ماريوت، يتيح للوافدين إلى دبي الإقامة لأيام أو أسابيع أو أشهر، إذ توفر هذه الشقق المتنوعة بمساحاتها وتجهيزاتها، كل وسائل الراحة والخدمات. ويتميز الفندق أيضاً بموقعه القريب من مركز دبي المالي العالمي ومحطات المترو ومنطقة الخليج التجاري. فيما يساهم في تحقيق حسن الضيافة، فريق من الموظفين الحرفيين الذين يلبيون متطلبات الضيوف. وإلى كل هذه الميزات التي يتمتع بها الفندق، أعلن المدير العام لفندق رزیدنس إن الشيخ زايد من ماريوت السيد خالد صعب في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، إيلاء أهمية كبيرة لمواكبة المبادرات الهادفة إلى تحقيق الاستدامة، بالتعاون والتنسيق مع دائرة السياحة في إمارة دبي، تماشياً مع استراتيجية تعزيز السياحة المستدامة.

الأرقام المحققة في النصف الأول من ٢٠٢٤ تؤشر إلى الفترة الأفضل في تاريخ دبي

العمل المتميز الذي يتمتع بدرجة عالية من الحرفية والتخصص في عمله ما يجعله من دون منازع، الخيار الأمثل في هذه المنطقة.

كما نحرص على تأمين أفضل خدمة للزلاء بمعايير ضيافة عالمية، التي تقدّمها الكوادر البشرية المدربة على حسن الضيافة.

تقديم تجربة مميزة للزلاء

■ ما هي السياسة المتبعة للحفاظ على مستويات إشغال مرتفعة؟

– نحرص على تقديم تجربة مميزة للزلاء ومجموعة من الخدمات التي تحاكي احتياجاتهم وتطلعاتهم، وقد مكّنتنا هذا التميّز من الحفاظ على قاعدة عملاء ضخمة، وتعزيز نسب الإشغال المحققة.

حركة سياحية ناشطة في الإمارات

■ هل تمثل المنافسة الشرسة في السوق الإماراتية تحدياً بالنسبة إليكم؟

– الأرقام المحققة في النصف الأول من عام ٢٠٢٤، تؤكد أن هذه الفترة تعد من الأفضل في تاريخ دبي، حيث شهدت دولة الإمارات حركة سياحية نشطة انعكست بدورها على معدلات الإشغال في كل الفنادق العاملة في الإمارة، ومنها فندق رزیدنس إن الشيخ زايد محققاً مستويات غير مسبوقه. ■

■ يسلم معرض سوق السفر العربي الضوء في هذه الدورة على جملة من المفاهيم الجديدة والمبتكرة في عالم السياحة منها الاستدامة والابتكار، برأيكم ما هو التأثير الإيجابي لهذه التوجهات على تطور هذه الصناعة؟

– من الملاحظ وجود تغيير جذري في توجه الحكومات والمؤسسات لتبني مفاهيم جديدة واتباع ممارسات مختلفة، لتحقيق

الاستدامة وابتكار خدمات جديدة، ترتقي إلى تطلعات العملاء وتتماشى مع الثقافة الجديدة. وفي ضوء المستجدات القائمة، نولي أهمية كبيرة لمواكبة مجموعة من هذه المبادرات لتحقيق الاستدامة، بالتعاون والتنسيق مع دائرة السياحة في إمارة دبي، التي تلعب دوراً بارزاً في مراقبة الفنادق والتأكد على التزامها بالمعايير والشروط المطلوبة، تماشياً مع استراتيجية دبي في تعزيز السياحة المستدامة. إن باتت مثلاً يحتذى به على مستوى العالم، انطلاقاً من سعيها إلى تحقيق التوازن بين تلبية احتياجات السياح والحفاظ على البيئة.

مميزات يتمتع بها الفندق

■ ما هي أبرز مميزات فندق رزیدنس إن الشيخ زايد من ماريوت؟

– يتميز الفندق بموقعه الإستراتيجي وقربه من الأماكن السياحية، مع الإشارة إلى خضوعه مؤخراً لعملية إعادة تجديد شاملة لمختلف المرافق والغرف، إضافة إلى فريق



TRAVEL LIKE YOU LIVE.

At Residence Inn by Marriott Sheikh Zayed Road, a suite is more than just a room – it's a space for you to spread out, open up and be yourself. With its newly renovated rooms, fully equipped kitchens, and spacious living areas, our hotel ensures that every guest feels right at home, enjoying comfort and convenience throughout their stay.

Residence INN.
BY MARRIOTT

Residence Inn by Marriott Sheikh Zayed Road, Dubai

+971 4 215 0222

info@residenceinnszr.com

Marriott.com/DXBSZ



Residence INN.
BY MARRIOTT

MEMBER OF MARRIOTT BONVOY

عادل مارديني (المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة جيتكس JETEX):

JETEX منصة للطيران الخاص: تحتل مرتبة متقدمة استقطاباً وانتشاراً



تمثل جيتكس Jetex منصة للطيران الخاص، إذ تقدم حلولاً متكاملة عبر توفير مبنى خاص للمسافرين والدعم اللوجستي، إضافة إلى تأجير مساحات لركن الطائرات. وقد أسس الشركة رجل الأعمال الشاب السيد عادل مارديني عام ٢٠٠٥، الذي بدأ عمله في قطاع السفر وفهم حاجات القطاع وتمكن من إنجاح شركته لتصل إلى مرتبة متقدمة في العالم، استقطاباً وانتشاراً.

وتحرص «جيتكس» على اتخاذ كل الاحتياطات التي تحمي جميع الركاب وأفراد الطاقم والطائرة في كل الأوقات، وكانت أزمة كوفيد مثلاً على ذلك. وتشغل الاستدامة حيزاً من اهتمام الشركة، إذ تترك جيداً ضرورة إجراء تغييرات لحماية البيئة، لذا تعمل على التقليل من تأثير نشاطها على الأرض.

وقال المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة Jetex السيد عادل مارديني في مقابلة قيمة مع «البيان الاقتصادية»، أن الشركة تتخذ من دبي مقراً رئيسياً، وتتوزع فروعها الـ ٣٩ بين أفريقيا والشرق الأوسط وأوروبا وآسيا. وكشف عن التوسع في المنطقة ودول الخليج، خصوصاً في السوق السعودية،

فضلاً عن السعي إلى التوسع في آسيا وأوروبا بعد إضافة محطات جديدة في سنغافورة ولندن. كما أوضح السيد مارديني أن طموحه تطبيق خدمات الفنادق من فئة الخمس نجوم في مبنى المسافرين بحيث يشعر الزبون بالفخامة والراحة وبإهتمام الفردي. ولا بد من الإشارة إلى أن السيد مارديني يستلهم من الزبائن وفريق العمل لتقديم حلول ابتكارية فريدة ولذلك استطاع أن ينال ثقة العملاء وولاءهم وهو يخطط لإنشاء «بوتيك أوتيل» في دبي والدخول إلى صناعة الضيافة قريباً. وعن السبب في نجاحه، يعتبر السيد مارديني أن الطموح والعمل بشغف بهدف الوصول إلى الكمال.

تُصنّف «جيتكس» من بين أكبر خمس شركات إدارة محطات الطيران الخاص حول العالم ■■■

حول العالم، التي واكبتها «جيتكس» في شكل يليق بدولة الإمارات، لتصبح جزءاً من النظام البيئي في الدولة وجزءاً من النظام الخاص بدبي الذي يقدم التجارب الفاخرة. ولعب كأس العالم دوراً مهماً، خصوصاً أن غالبية المسافرين الآتين لحضور مباريات كأس العالم في قطر اتخذوا من دبي مقراً، وسافروا عبر الطيران الخاص، ومنهم من قرر العودة مرة أخرى، ومنهم من قرر افتتاح أعماله في المدينة.

وتقدّم «جيتكس» كمنصة للطيران الخاص كل ما يتعلّق بهذا القطاع، وحلولاً متكاملة للطيران الخاص عبر توفير مبنى خاص للمسافرين، والدعم اللوجستي، إضافة إلى تأجير الطائرات. وتصدّرت «جيتكس» من خلال مستوى الخدمات التي تقدّمها مرتبة متقدمة في العالم.

للجائحة تأثير إيجابي جداً على قطاع الطيران الخاص

■ لاشك أن مرحلة «كوفيد-١٩» شكّلت نقطة تحوّل في كل القطاعات، في رأيكم كيف انعكست نتائجها على قطاع السفر وتحديداً قطاع الطيران الخاص؟
- لعبت جائحة «كوفيد-١٩» دوراً حيوياً في قطاع الطيران الخاص، وكان لها تأثير إيجابي جداً على نمو هذا القطاع مع إغلاق المطارات، بحيث نشطت الرحلات الخاصة بعد جائحة «كوفيد-١٩» بشكل كبير لدرجة بلوغ عدد رحلاتنا المسيرة من مطار آل مكتوم الدولي إلى ١١ ألف رحلة عام ٢٠٢٣ بعد أن كانت تقدر بـ ٣٧٠٠، رحلة عام ٢٠١٩، انطلاقاً من انتقال المسافرين من الدرجة الأولى ودرجة الأعمال في الطيران التجاري إلى الطيران الخاص، رغم انقضاء الجائحة، وذلك يعود إلى الخدمة المميزة، ما مكننا من احتلال مكانة خاصة وبناء علامة فارقة في عالم الطيران الخاص.

وفاقت الأرباح التي حققتها «جيتكس» كل التوقعات بعد إغلاق مطار دبي للمرة الأولى خلال مرحلة «كوفيد-١٩» بعدما أصبح الطيران الخاص هو الخيار الوحيد.

■ بداية كيف انطلقت فكرتكم في تأسيس «جيتكس للطيران الخاص»، وما الذي يميّزها اليوم عن مثيلاتها من الشركات؟

- بدأت مسيرتي المهنية مع المسافرين كسائق في مطار دمشق في سوريا. وفي عام ٢٠٠٥ كانت الفكرة بإنشاء مركز لوجستي لدعم الطائرات الخاصة، وابتكار مبنى خاص للمسافرين بصالات استقبال فاخرة. وتحوّلت «جيتكس» من شركة ناشئة إلى واحدة من أكبر شركات إدارة محطات الطيران الخاص حول العالم، بفضل الدعم الذي تلقيناه من دولة الإمارات العربية المتحدة، والفرصة التي قدّمها لنا مع ما وفرته من تسهيلات. وبدأنا العمل عام ٢٠١٦ بعد توقيع العقد عام ٢٠٠٧، ووصلت الأرقام السنوية للرحلات المسيرة من مطار آل مكتوم الدولي إلى ١٧٠٠ رحلة تقريباً عام ٢٠١٧ لتسجّل ١١٠٠٠ رحلة عام ٢٠٢٣.

النظر باستمرار نحو المستقبل لبناء علامة قوية

■ ما هي أهم العوامل التي أوصلت «جيتكس» إلى ما هي عليه اليوم من نجاح؟
- من أهم عوامل النجاح مواكبة التطور وسرعة عجلة الحياة، والنظر باستمرار نحو المستقبل لبناء علامة قوية. ولا شك أن وجودنا في دبي والإمارات كان العامل الأساسي لنجاح «جيتكس»، إذ تُعتبر دبي علامة تجارية ومركزاً حيوياً لقطاع الطيران الخاص، إلى جانب كونها مركزاً إقليمياً وعالمياً للأعمال.

تأجير الطائرات وبيعها

■ كيف تقيمون واقع قطاع الطيران الخاص الاقتصادي والحيوي ودوره في اقتصاديات العالم؟

- يُعدّ الطيران الخاص من أهم القطاعات والمدخل الأول للمستثمرين المسافرين في طائراتهم الخاصة، إلى جانب التسهيلات على الأرض التي تحفّز على الاستثمار، بحيث تشكّل البنية التحتية للسوق سبباً أساسياً للنجاح. واستطاعت البنية التحتية القوية لدولة الإمارات جذب المستثمرين

■ ■ ■ كان الدعم الاول لانطلاق JETEX بقوة الإرادة التي استمديناها من رؤية

■ ■ ■ الشيخ محمد بن راشد التي تستشرف المستقبل وتساهم في صناعته

نخطط للتوسع في دول الخليج وأوروبا وآسيا

■ ما هي خططكم التوسعية وأين؟
- نسعى إلى التوسع في المنطقة ودول الخليج، خصوصاً في السوق السعودية الضخمة والمهمة في الشرق الأوسط، بعد الانتهاء من الإجراءات القانونية والحصول على الرخصة. كما تسعى الشركة إلى التوسع في آسيا وأوروبا، ولاسيما بعد إضافة محطات جديدة في سنغافورة ولندن.

■ مع تطور مفهوم الحفاظ على البيئة والتنمية المستدامة، ما الذي قدمتموه في هذا المجال؟
- تولي «جيتكس» أهمية خاصة للعمليات الخضراء والاستدامة، لتخفيض الانبعاثات في الطيران الخاص، تماشياً مع الخطة الوطنية للتغير المناخي في دولة الإمارات، والحد من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون الناتجة عن حركة الطيران من خلال استخدام الوقود المستدام، وتزويد الطائرات الخاصة بالوقود النظيف خصوصاً خلال «كوفيد-١٩» والألعاب الأولمبية في باريس.

■ كيف تستخدم «جيتكس» الذكاء الاصطناعي؟

- كانت «جيتكس» السبّاقة بإدخال السيارات الكهربائية في مجال العمل، وأثبتت لزيائنها وشركائها قدرتها على مواكبة التطور وكل جديد وتقديم الدعم على كل المستويات، للشركات والحكومات والأفراد لتسهيل كل الإجراءات.

الزبائن المصدر الأساسي للمفاهيم الجديدة

■ ما هي استراتيجيتكم للمستقبل؟

- يشكّل الزبائن المصدر الأساسي للمفاهيم الجديدة، من خلال تقديم الاستشارات واقتراح الكثير من الأفكار والمساهمة في نشرها حول العالم، إلى جانب فريق العمل المبدع والمتعاون في «جيتكس» الذي وصل عددهم إلى ما يقارب ١٠٠٠ موظف، الذين يتسابقون في ما بينهم لتقديم الأفضل للعملاء. ونخطط قريباً للتوجّه نحو قطاع الضيافة، باستحداث «بوتيك اوتيل» وسط المدينة وستكون البداية بالتأكيد في الإمارات.

■ ماذا عن المنافسة؟

- أثبتت «جيتكس» تميّزها بمستوى الخدمات التي تقدّمها والتي حازت بموجبها على ثقة الزبائن والعملاء وولائهم في قطاع إدارة محطات الطيران الخاص، الطائرات وصيانتها.

التركيز على مجال محدد

■ ما هي الرسالة التي توجّهونها لكل شخص يريد تحقيق حلمه وتواجهه تحديات؟
- الأهم التركيز على مجال محدد لأن كل سوق تشكّل مجالاً للنجاح بذاته، والأهم هو الطموح والشغف للوصول إلى الكمال. ■

Jetex تحتل الصدارة بحصة ١٩٪ في السوق لشركة غير أوروبية

■ ما هي أبرز الإنجازات المحققة في السنوات الـ ١٩ والـ ٢٠ الأولى من عمر الشركة؟ وكم أصبح عدد الصالات وأين توزعت؟ وكم تبلغ قدرتك السنوية من حيث عدد الرحلات؟

- تتخذ «جيتكس» من دبي مقراً رئيسياً، وتتوزع فروع الشركة الـ ٢٩ بين أفريقيا والشرق الأوسط وآسيا وأوروبا، وتُصنّف «جيتكس» من بين أكبر خمس شركات إدارة محطات الطيران الخاص حول العالم، بحيث تُشكّل الإمارات العربية المتحدة الواجهة الأساسية لـ «جيتكس» التي لا تُقدّر بثمن. وكانت «جيتكس» قد انطلقت إلى العالمية في العام ٢٠٠٩، بافتتاح المبنى الأول لها في باريس، لتُعدّ الشركة الإماراتية الأولى في قطاع الطيران الخاص التي تتخذ هذه الخطوة.

واللافت أن حصتنا السوقية بلغت مؤخراً ١٩٪ في باريس لنصبح بذلك أقوى شركة غير أوروبية في مجال الطيران الخاص، محققين ١٦ ألف رحلة طيران خاصٍ انطلقت من مطار باريس خلال عام ٢٠٢٣. وكان الدعم الأول لانطلاق «جيتكس» بقوة الإرادة التي استمديناها من رؤية الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم التي تستشرف المستقبل وتساهم في صناعته للمضي قدماً في المسيرة التنموية الشاملة للدولة. ■ كيف تتراوح أسعار التذاكر مع «جيتكس»، وما هي القيمة المضافة التي تقدمونها للمسافر؟

- تتفاوت أسعار الرحلات مع «جيتكس» وفق نوع الطائرة وسعتها وخدمات الضيافة و«الكابترينغ»، فتبدأ بـ ٦٠٠٠ دولار في الساعة كحدٍ أدنى لتصل إلى ٥٠٠٠٠ دولار بالساعة. في حين يستهلك أي مستخدم للطيران الخاص ١٥٠٠٠ دولار بالساعة كحدٍ أدنى.

المسافرون من محبي الحياة

■ أي فئات من الناس وأي جنسيات تستقطب «جيتكس»؟

- يستقطب الطيران الخاص كل الجنسيات، وتستقطب «جيتكس» المسافرين الذين يحبّون الحياة الفاخرة من مختلف دول الشرق الأوسط ومن روسيا وأوروبا وألمانيا... مع ما يوفره من قدرة على

التحكم بالوقت وبكل التفاصيل، بحيث لا يستغرق الوصول من باب التاكسي إلى باب الطائرة أكثر من ١٥ دقيقة، وبكلفة تتراوح بين ٦٠٠٠ و٧٠٠٠٠ دولار للراكب الواحد. وتقدّم «جيتكس» معاملة خاصة للمسافرين الذين تستقبلهم كضيوف في مبنى الطيران الخاص بها الذي تضاهي خدماته الفاخرة تلك المقدمة في أفخم الفنادق.



جو غياض (المدير العام لفندق النيل ريتز كارلتون - القاهرة)؛

النيل ريتز كارلتون - القاهرة يعدّ برامج ونشاطات لاستقبال الزوار في موسم الصيف



يستعد فندق النيل ريتز كارلتون في القاهرة للموسم السياحي الذي سيكون واعداً، بوضع برامج وتنظيم نشاطات ترفيهية وحفلات موسيقية، تحضيراً لاستقبال الزوار وتحديداً من دول الخليج.

يطلّ الفندق الواقع في قلب وسط المدينة على نهر النيل، وهو يخزن ماضياً عريقاً وإرثاً من التقاليد والرفاهية.

وعرض المدير العام لفندق النيل ريتز كارلتون - القاهرة السيد جو غياض في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، التحضيرات للموسم السياحي، متوقفاً أن يكون واعداً وأفضل من العام الماضي. ورأى أن تدني قيمة العملة الوطنية يشكل عاملاً مشجعاً للسياح وتحديداً للخليجيين، ويعزز حجم الإنفاق بعدما أضحت مصر وجهة سياحية ممتعة ورخيصة في آن.

■ ■ ■ نعتد مجموعة من المبادرات لتحقيق الإستدامة ■ ■ ■

– حقق الفندق خطوات متقدمة في هذا المجال، مع اتباعه مجموعة من الممارسات الخضراء لتحقيق الاستدامة، وأبرزها تقليص استخدام العبوات البلاستيكية في مختلف الأقسام والغرف، وغيرها من المبادرات التي تساهم في تحقيق الاستدامة والحفاظ على الموارد الطبيعية والبيئية. وفي إطار الجهود المتواصلة لإشعال التغيير والسعي لتحقيق عالم أكثر استدامة، كانت إحدى الهدايا الرئيسية لشركتنا هذا العام مكبر صوت عالي التقنية وكابل شحن متعدد الاستخدام مصنوعاً من مواد قابلة للتحلل بنسبة ١٠٠٪. أردنا أن نشكر عملاءنا مع نشر الوعي وإثارة التغيير من أجل بيئة أكثر استدامة. أخيراً، نود أن نشارككم أحدث مبادراتنا الصديقة للبيئة حيث قام طهاتنا بزراعة حديقتهم الخاصة لإنتاج الأعشاب وحتى بعض الخضروات الخاصة بهم المستخدمة في إعداد أشهى الأطباق في مطاعنا. نحن نؤمن بصدق أن تلك الإجراءات الصغيرة التي نتخذها تحدث فرقاً كبيراً ولذلك تشرّفنا بالحصول على شهادة Green Star بعدما قامت شركة متخصصة بالتدقيق ورفع تقرير حول مدى تطبيق الفندق لمعايير الاستدامة.

مجموعة من العروض المميزة

■ ما هي أبرز العروض التي سيقدمها الفندق خلال موسم الصيف؟

– سنقدم مجموعة من العروض المميزة التي سنستهدف من خلالها السياح الخليجيين، وأبرزها تقديم حسومات على الإقامة، وتجارب فريدة للراغبين في إقامة الأفراح، كوننا نقدم لهم مجموعة من المزايا. ■



■ كيف تقيمون القطاع السياحي في جمهورية مصر مع اقتراب موسم الصيف؟
– نتوقع أن يكون الموسم السياحي واعداً وأفضل من العام الماضي، مع زيادة في أعداد السياح الوافدين من دول مجلس التعاون الخليجي، إضافة إلى الإقبال الكبير من مواطني المملكة العربية السعودية الراغبين في تنظيم حفلات الزفاف في الفندق، وهم يمثلون فئة جديدة بالنسبة إلينا. كما أننا في صدد العمل على تسويق الفندق في مختلف الدول العربية والسوق الكويتية تحديداً، نظراً إلى أهمية هذه السوق بالنسبة إلينا. كما يمثل تدني قيمة العملة الوطنية عاملاً مشجعاً للسياح وتحديداً للخليجيين، ويعزز أيضاً حجم الإنفاق بعدما أضحت مصر وجهة سياحية ممتعة ورخيصة في آن.

مجموعة من النشاطات الترفيهية

■ ما الذي يميز النيل ريتز كارلتون عن الفنادق الأخرى في السوق في ظل حدة المنافسة؟

– نحن في صدد إدخال بعض عمليات الترميم والتجديد لعدد من المرافق والمطاعم، منها مطعم باب الشرق الذي يستقطب عدداً كبيراً من الزوار من الجنسيات الخليجية.

ومع اقتراب موسم الصيف، سنطلق مجموعة

من النشاطات الترفيهية والحفلات الموسيقية للفنانين الكبار، والتي من شأنها زيادة الإقبال على الفندق وتمتع الزوار بالخدمات الفاخرة والعروض المتنوعة.

اتبعنا الممارسات الخضراء لتحقيق

الاستدامة

■ ما هي الخطوات التي يتم اعتمادها لتعزيز مفهوم الاستدامة داخل الفندق؟

LET
US
STAY
WITH
YOU.®

Dream weddings in the making at The Nile Ritz-Carlton, Cairo



At The Nile Ritz-Carlton, Cairo our wedding planning experts are committed to create the wedding day of which you have always dreamed of. From the earliest stages, all the way to your big day, every detail - no matter how seemingly insignificant - is attended to. Inside and out, the timeless 5-star luxury hotel, offers the ideal setting for the perfect wedding; from intimate gatherings to grand celebrations. Your dream, our passion!
ritzcarlton.com/cairo



THE NILE RITZ-CARLTON

CAIRO

رامي عرفات الجعبري

(المدير العام لمجموعة فنادق إيمنت من وستن Element by Westin - قطر)؛

فنادق إيمنت من وستن تمثل لمعايير الاستدامة



ارتكزت استراتيجية مجموعة فنادق إيمنت من وستن في قطر وهما إيمنت من وستن الخليج الغربي الدوحة وإيمنت من وستن سيتي سنتر الدوحة، منذ انطلاقتها على مفهوم الاستدامة والحفاظ على البيئة، وهي تطبقه في كل أقسام الفندقين وخدماتهما. وتُصنّف فنادق هذه المجموعة من فئة خمس نجوم، وتشتهر علامتها في الشرق الأوسط وأوروبا والولايات المتحدة الأمريكية. وقال المدير العام لمجموعة فنادق «إيمنت من وستن» - قطر السيد رامي عرفات الجعبري في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، إن العلامة توفر خيارات متنوعة من الشقق الفندقية ذات التصميم الأنيق ومزودة بمجموعة من الخدمات لضمان أعلى درجات الرفاهية للنزلاء.

■ ■ ■ علامة إيمنت من وستن ذات شهرة واسعة في الشرق الأوسط وأوروبا والولايات المتحدة الأمريكية ■ ■ ■

الشقق وعدم استخدام العبوات البلاستيكية في مختلف الأقسام. كما تمضي العلامة في جهود حثيثة للامتثال الكامل لمعايير الاستدامة. ■ كم تبلغ معدلات الإشغال المحققة؟ - تسجل فنادقنا معدلات إشغال تصل إلى حدود ٧٥٪ ونسعى جاهدين إلى زيادة هذه النسبة. تعزيز قدرة علامة «إيمنت»



الإشغال ٧٥٪ ونسعى إلى زيادته



■ هل لنا بفكرة عن مميزات علامة «إيمنت من وستن»؟

- تُعدّ علامة متخصصة في مجال الضيافة والشقق الفندقية في دولة قطر، وينضوي تحت مظلتها منشأتان: إيمنت من وستن سيتي سنتر الدوحة Element by Westin City Center Doha، في قلب الدوحة وفندق Element by Westin West Bay Doha

وهو عبارة عن شقق فندقية من فئة الخمس نجوم في منطقة الخليج الغربي النابض بالحياة، كما توفر العلامة خيارات متنوعة من الشقق الفندقية ذات التصميم الأنيق ومزودة بمجموعة من الخدمات لضمان أعلى درجات الرفاهية للنزلاء.

دخلت العلامة حديثاً إلى السوق القطرية، لكنها علامة ذات شهرة واسعة في الشرق الأوسط وأوروبا والولايات المتحدة الأمريكية.

استراتيجية مبنية على الاستدامة والحفاظ على البيئة

■ ما هي الاستراتيجية المتبعة لتطبيق معايير الاستدامة؟

- تنتهج العلامة منذ انطلاقتها استراتيجية مبنية على الاستدامة والحفاظ على البيئة، وتتمثل أبرز توجهاتها في منع التدخين داخل

■ ما مدى أهمية أن تنضوي العلامة تحت مظلة شركة الريان للاستثمار السياحي «آرتك»؟ - تعد إحدى الشركات الرائدة في الاستثمار في قطاع الضيافة والملوكة من «الفيسل القابضة»، ومن كبرى الشركات التي يجمعها تعاون وثيق مع علامة «ماريوت» على مستوى العالم، وهذا يعزز من قدرة علامة «إيمنت» على منح النزلاء برامج ولاء Marriott Bonvoy، إضافة إلى منح المقيمين الكثير من المزايا ذات القيمة المضافة منها خدمة الإفطار، فضلاً عن وجود الفنادق في مواقع استراتيجية وعلى مقربة من مراكز التسوق والأماكن المخصصة للمعارض وأبرز المعالم السياحية. ■



من اليسار: رامي الجعبري وهشام الأنصاري



رامي الجعبري وأحمد نوفل

سالم الشهراني يهنئ الملك سلمان وولي العهد بنجاح موسم الحج



رفع سالم الشهراني مدير العمليات والتشغيل لمجموعة فنادق أكور في مكة، التهنئة إلى مقام خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود، ولي عهده الأمين ورئيس الوزراء الأمير محمد بن سلمان آل سعود بمناسبة نجاح موسم الحج ١٤٤٥ هجري.

وأعرب عن فخره واعتزازه بالمشاركة للسنة الثانية على التوالي كمنظومة في قطاع الضيافة ممثلة في فنادق أبراج الساعة (فيرمونت) لتقديم أرقى خدمات الضيافة، كما توجه الشهراني بالشكر لفريق العمل على هذا الإنجاز الرائع



وشركاء النجاح على المشاركة والتعاون. مؤكداً بأن قطاع الضيافة سيكون من أكبر الممكنات لتطوير الخدمات في موسم الحج، والتزامهم بالعمل جنبا إلى جنب وفق توجهات وزارة الحج والعمرة في سبيل تطوير الخدمات.



سامر الحمصي (المدير العام لفندق متروبوليتان - دبي (METROPOLITAN HOTEL DUBAI LLC):

METROPOLITAN HOTEL DUBAI LLC يقدم تجربة فريدة ومميزة للزلاء



يطلّ فندق متروبوليتان في دبي الواقع على شارع الشيخ زايد على مناظر خلابة يتشكّل منها أفق دبي، وكذلك برج خليفة وبرج العرب. ويملك ميزة قربه من وسط مدينة دبي ومناطق الجذب فيها، ما يسهّل استكشافها في دقائق.

وتدفع هذه الميزة التي يتمتع بها الفندق إلى تحقيق مزيد من النمو والتطور، إذ أكد المدير العام للفندق السيد سامر الحمصي في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، أن أهدافنا تتمحور حول نطاق تحقيق مزيد من النمو والارتقاء بخدماتنا، كاشفاً أن الفندق يحقق معدلات إشغال إيجابية جداً وهي الأعلى بين المنافسين الآخرين من الفئة ذاتها.

دبي في تطور مستمر مع تنامي أعداد السياح واستقطاب جنسيات جديدة، ويعود الفضل في ذلك إلى الجهود الجبارة التي تقوم بها هيئة السياحة وإطلاق

مبادرات وبرامج لتنشيط الحركة واستقطاب مزيد من السياح، والذي ينعكس بدوره إيجاباً على القطاع الفندقي ويعزز نسب الإشغال.

■ ما هي توجهاتكم المستقبلية؟

– تتمحور أهدافنا حول نطاق تحقيق مزيد من النمو والارتقاء بخدماتنا، بما يتماشى مع احتياجات العملاء وتقديم تجربة مميزة وفريدة من نوعها.

نطمح إلى مزيد من التميز

■ هل أنتم راضون عن نسب

الإشغال المحققة؟

– يحقق الفندق معدلات إشغال إيجابية جداً، وتعد الأعلى بين المنافسين الآخرين من الفئة ذاتها. ونحن راضون عن أداء الفندق، لكننا نطمح إلى مزيد من التميّز والنتائج المحققة. ■



نهدف إلى مزيد من النمو ومعدلات الإشغال إيجابية جداً



■ ما هي أبرز مميزات فندق متروبوليتان - دبي؟

– يتميز الفندق بموقعه الاستراتيجي على شارع الشيخ زايد بالقرب من المنطقة الزاخرة بالأعمال وأبرز

الوجهات السياحية في إمارة دبي مثل شاطئ الجميرا، برج العرب، ومول الإمارات، وعلى مقربة أيضاً من مطار دبي الدولي ومطار آل مكتوم الدولي.

جائزة تقدير

■ ظهرت حديثاً مجموعة مفاهيم مرتبطة بالابتكار والاستدامة، كيف يواكب الفندق المعايير الجديدة في عالم الضيافة؟

– بدأنا بتطبيق مبدأ الاستدامة ودعمه في مراحل متقدمة، وهذا وضعنا في ريادة الفنادق الملتزمة بمعايير الاستدامة، وقد نلنا جائزة تقدير من هيئة السياحة في دبي على هذه

الجهود. ونحن مستمرون في اتباع الممارسات المستدامة في صناعة الضيافة.

النشاط السياحي في دبي

في تطور مستمر

■ كيف تقيّمون القطاع السياحي في إمارة دبي؟

– النشاط السياحي في

Staycation Package

Up to 25% DISCOUNT
ON ROOMS & SUITES



Package for 2 persons includes:

- Breakfast for 2 persons
- Book the Guest Room type and have a FREE upgrade to Deluxe Room
- 25% discount on Food & Beverage (excluding shisha & tobacco)
- 25% discount on laundry

Terms & Conditions

- The above benefits cannot be used in conjunction with any other existing promotion or exchanged for any other service or cash.
- Advance booking is required and subject to availability

For bookings, call +971 4 343 0000 or email reservations.mhd@habtoorhospitality.com

Metropolitan Hotel Dubai, Exit 41, Al Thanya Street, Dubai, UAE, P.O. Box 31588, Sheikh Zayed Road

مراد خوري (المدير العام لفندق BAY LA SUN & MARINA و VIEWS RESIDENCES):



نطبق مفهوم الاستدامة تماشياً

مع «رؤية المملكة ٢٠٣٠»

يطلّ فندق البيلسان ومارينا BAY LA SUN & MARINA في مدينة الملك عبدالله الاقتصادية على البحر الأحمر.

في حين تلتقط الرؤية من فندق فيوز ريزيدانسز VIEWS RESIDENCES مشاهد بانورامية يتمتع بها البحر الأحمر. ويطبق الفندقان مفهوم الاستدامة بالامتثال إلى المعايير المطلوبة وتماشياً مع «رؤية المملكة ٢٠٣٠».

ولاحظ المدير العام للفندقين السيد مراد خوري في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، تسجيل حركة سياحية ناشطة في بعض مناطق المملكة، نتيجة النشاطات المتعددة التي تُنظّم في هذه المناطق، معتبراً أن المملكة العربية السعودية ستكون إحدى أبرز الوجهات السياحية في المنطقة. كما أشاد بالموقع المميز للفندقين في مدينة الملك عبدالله الاقتصادية في جدة ما يجعلهما وجهة مثالية.

■ ■ ■ نلاحظ تسجيل حركة سياحية ناشطة في بعض مناطق المملكة ■ ■ ■

منها: الرياض، جدة، المدينة المنورة ومكة المكرمة، نتيجة النشاطات المتعددة التي تُنظّم في هذه المناطق، مثل موسمي الرياض وجدة، والتي تستقطب أعداداً كبيرة من السياح. ومع افتتاح وجهات سياحية جديدة، ستصبح في المستقبل إحدى أبرز الوجهات السياحية جذباً للسياح على مستوى المنطقة.

■ ■ ■ مبدأ الاستدامة ركيزة أساسية في القطاع السياحي والفندقي

■ ما هي الخطوات المتخذة من جانبكم لتطبيق مبدأ الاستدامة الذي تنادي به مختلف الدول والحكومات؟

– أضحي مبدأ الاستدامة ركيزة أساسية في القطاع السياحي والفندقي، ونحن بدورنا نولي أهمية لتطبيق هذا المفهوم، ونحاول جاهدين للامتثال للمعايير والشروط المطلوبة تماشياً مع «رؤية المملكة ٢٠٣٠»، في ما يتعلق بالتنمية واستدامة قطاع الضيافة.

■ ■ ■ كيف تقيّمون معدلات الإشغال في فنادقكم؟

– على رغم تفاوت النسب بين فترة وأخرى، إلا أن معدلات الإشغال جيدة نسبياً وسنعمل على زيادتها.

■ ■ ■ وجهة مثالية تميزنا عن بقية الفنادق

■ تشهد المملكة منافسة قوية في ظل وجود عدد كبير من الفنادق الراقية، ما الذي يميز فنادقكم عن مثيلاتها في السوق؟

– يتميز فندق البيلسان ومارينا بالقاعات المخصصة للاجتماعات والفاعليات، إلى جانب مجموعة كبيرة من وسائل الترفيه المتوافرة في نادي البيلسان وحديقة الجمان وصالة الألعاب ونادبي اليخوت والغولف ومضمار سباق السيارات والنشاطات البحرية، ما يجعله وجهة مثالية للراغبين في الجمع بين الترفيه والعمل معاً. كما يُعد الخيار الأمثل للعائلات للاستفادة من تجربة فريدة. وبالتالي هذه الميزات لا يقدمها أي فندق آخر في جدة، ما يجعلنا وجهة مثالية تميزنا عن بقية الفنادق. ■ ■ ■

■ ■ ■ كيف تقيّمون أداء فندق BAY LA SUN & MARINA و VIEWS RESIDENCES المنضويين تحت إدارتكم، وهل تواجهون أية تحديات؟

– تدير شركة «الخرامى» لإدارة الفنادق، فندق البيلسان ومارينا من فئة خمس نجوم، الذي يحتوي على ١٩٥ غرفة، وقاعتي إجتماعات واحتفالات للمناسبات المختلفة وحفلات الزفاف، ليكون مثابة معلم حضاري يشرف على الواجهة البحرية والقناة المائية الصناعية. ويُعد الفندق الأول الذي أنشئ في مدينة الملك عبدالله الاقتصادية، وتحديدًا في حي البيلسان الواقع في قلب المدينة. ويتيح للنزلاء فرصة الاستمتاع بإطلالة مميزة على ساحل البحر الأحمر كما يسمح للضيوف من الشركات ورجال الأعمال بعقد الاجتماعات والمؤتمرات ضمن موقع مميز وراقي. أما بالنسبة إلى فندق «فيوز ريزيدانسز» فهو يضم ١٧٤ شقة وجناحاً بمساحات واسعة ومؤثثة، ليتكامل مع فندق ومارينا البيلسان، ويستهدف الراغبين في المكوث لفترات طويلة. وبعد إعلان مدينة الملك عبدالله الاقتصادية منطقة حرّة، بدأت تستقطب الكثير من المصانع الأجنبية وتزخر أيضاً بالفرص الواعدة. وبالتالي، نحاول التسويق للمنشأتين وتقديم خدمات متنوعة، لاستقطاب قطاعات متعددة من سياحة الأعمال والترفيه وغيرها.

وبحكم وجود الموقع الجغرافي لمدينة الملك عبدالله الاقتصادية بين مكة والمدينة، نقدم للحجاج والمعتمرين مجموعة عروض خلال إقامتهم وانتقالهم إلى وجهتهم النهائية. كما بدأنا نلاحظ ثمار الجهود المبذولة، محاولين الاستمرار في تقديم أفضل خدمة للنزلاء لنكون عند حسن ظنهم.

■ ■ ■ ستصبح المملكة أبرز الوجهات السياحية على مستوى المنطقة

■ هل أصبحت المملكة العربية السعودية وجهة سياحية على مستوى المنطقة؟

– بدأنا نلاحظ حركة سياحية ناشطة في بعض مناطق المملكة

André Erasmus (General Manager - Hawar Resort by Mantis):

We hope to play a part in putting Bahrain on the map where it should be

André Erasmus, General Manager of Hawar Resort by Mantis, is a hospitality executive with extensive international experience in luxury hotels and resorts, including nine successful pre-openings, five in China. He ensures brand values are upheld throughout the organization, focusing on bottom-line profits while protecting brand integrity and supporting staff. Dedicated and motivational, his inclusive management style enables effective communication at all levels of the company. He excels in reducing risks, increasing opportunities, and driving growth. Al Bayan Magazine met Mr. Erasmus during the Arabian Travel Market, to discuss the upcoming Hawar Resort by Mantis, its luxury features, sustainability efforts, and strategic tourism plans.

• **What are the main features of your hotel?**

Hawar Resort by Mantis is a ground-breaking tourism development on Bahrain's Hawar Island. In partnership with Edamah, the real estate arm of Bahrain Mumtalakat Holding Company (Mumtalakat), this project marks a new era of luxury, eco-tourism, and adventure in the region. Set to open in Q3 2024, the project is expected to draw visitors from around the world, signaling a major strategic push by the Government of Bahrain to develop Hawar Island into a tourism destination that complements the offerings of the Kingdom's main island. Situated on the west coast of Hawar Island, Hawar Resort by Mantis will be surrounded by a wildlife sanctuary, making it one of the first environmentally focused projects of its kind in the Middle East. The resort will feature 102 keys, including luxury accommodation units, five dining concepts; and extensive sports and leisure facilities.

For those seeking a slower pace, a luxury spa and wellness centre spanning 1,500 square metres will be available to guests. Its design is inspired by the natural elements and rich culture of Bahrain's islands. Treatment rooms at the spa will have views of the Arabian Gulf, and travelers will be able to enjoy thermal experiences, fitness classes, and an outdoor fitness studio.

Additionally, several partnership agreements are expected to be signed, further adding to the resort's offerings. Highlights include an Adventure Park with exciting activities, the Bear Grylls Survival Academy, a waterpark with thrilling rides, and other outdoor activities designed to cater to adventure and sports enthusiasts. The Survival Academy, offered in collaboration with UK television presenter and survival expert Bear Grylls, is designed to challenge and excite visitors with a range of activities that test their resilience and outdoor skills.

natural beauty and preserving it for future generations.

The hotel's world-class offerings will be a major addition to the Kingdom's tourism landscape. We have seen a significant shift among global travelers, with people becoming more aware of the planet's well-being and making travel choices with sustainability in mind. With our focus on curated destinations inspired by culture, conservation, community inclusion, and sustainable adventures, Mantis is the ideal brand to support this transition. Located 30 minutes from Bahrain's main island, Hawar Island is an outstanding destination recognized by UNESCO for its natural history. Its pristine environment has been virtually undisturbed, resulting in a vibrant ecosystem that will appeal to nature lovers and adventure seekers.

Guests visiting the island will be treated to a diverse range of wildlife, such as sand gazelles, vibrant coral reefs, and endangered dugongs. Birdwatchers will be delighted by the various migratory birds, including Socotra cormorants. Additionally, guests can stay in overwater villas with direct access to the sea, enjoying exceptional service and the island's stunning natural surroundings.

The development of the Hawar Resort by Mantis follows a sustainable and environmentally aware approach, respecting the unique environment of the island. Initiatives such as waste sorting, biodegradable waste reuse, and water and energy conservation technologies will minimize the project's environmental impact. The property will also feature separate areas for relaxation and adventure.

• **Can you tell us more about Mantis?**

Mantis is a leading conservation-focused hotel brand with eco-lodges, waterways, and curated eco-resorts located in remote destinations. Sustainable travelers have been enjoying eco-



tourism, safaris, and adventure travel with Mantis since it was founded by global entrepreneur and conservationist Adrian Gardiner in 2000.

Rooted in conservation, Mantis pursues sustainable business practices and develops tourism products that are respectful of the environment and communities in which they operate. Recognised for its pioneering work in development, management, marketing, education, and conservation, Mantis's business model combines responsible tourism, conservation, and adventure, which translates to one-of-a-kind travel experiences.

Whether small and intimate or vast and complex, on a sweeping African plain, in a bustling city, or in the midst of a forest, each is an exceptional place for guests to find themselves. While uniquely different in the experiences they offer, all are linked through a collective ambition to be extraordinary; to be rare in a world that mass-produces sameness. Mantis consistently curates, collects, and discovers destinations and experiences that stir the soul, defy expectations, and live in the heart forever.

Mantis is part of Accor, a world-leading hospitality group offering experiences across more than 110 countries, over 5,600 properties, 10,000 food & beverage venues, wellness facilities, and flexible workspaces. It is also a participating brand in ALL - Accor Live Limitless - a lifestyle loyalty program providing access to a wide variety of rewards, services, and experiences.

• **What kind of tourism will you focus on?**

We have a multi-pronged strategy. First and foremost, it will be local Bahrainis, but as you know, Bahrain is centrally located within the Gulf region. It is very close to the UAE, Saudi Arabia, and Qatar. So, we will definitely be focusing on attracting visitors from all the GCC countries. Also, what surprised us the most is the enthusiasm we have received from European and American operators. Accordingly, we hope to play a part in putting Bahrain on the map where it should be.

Sustainability is a core part of our DNA

• **To what extent will you be focusing on sustainability?**

Since 2018, Accor and Mantis have worked together to welcome guests in authentic, eco-friendly resorts and lodges while prioritizing sustainability. Sustainability is one of our main pillars and is embedded in our DNA. Hawar Resort by Mantis is of great strategic importance to the Kingdom, reflecting our vision to promote sustainable tourism while showcasing Bahrain's





يزن عبد اللطيف (مدير عام فندق مرسى ملاذ كمبينسكي اللؤلؤة - قطر):

تجذب «سياحة قطر» السياح من كل أسواق العالم وتدفع عجلة نمو السياحة القطرية

ساهم تصميم فندق «مرسى ملاذ كمبينسكي اللؤلؤة» الخارجي الذي يُصنّف تحفة معمارية وموقعه الاستراتيجي في جزيرة اللؤلؤة، التي تعد قاعدة أساسية ومثالية للدوحة، في ترسيخ مكانته في قطاع الضيافة في قطر.

ويمنح هذا الفندق من فئة خمس نجوم تجربة غير مسبوقة، إذ تدمج بين أصالة التقاليد العربية ودقة الذوق الأوروبي.

وتُضاف إلى هذه المزايا خصائص أخرى، إذ قال المدير العام لفندق مرسى ملاذ كمبينسكي اللؤلؤة - قطر السيد يزن عبد اللطيف الذي يتمتع بخبرة طويلة في صناعة الضيافة الفاخرة في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، نوّفر هذه الخصائص والمزايا التي تجعل من الفندق مقصداً سياحياً وعنواناً بارزاً من عناوين الضيافة الأصيلة. كما تطرق عبد اللطيف إلى أهمية إيجاد طرق إبداعية لتحقيق السياحة الخضراء. معلناً أن الفندق يسير في هذا الاتجاه إلى جانب توفيره تجربة استثنائية للزوار في عالم الضيافة القطرية. وأشاد بالدور الذي تقوم به «سياحة قطر» لجذب السياح من كل أسواق العالم وبالتالي في دفع عجلة نمو السياحة القطرية.

■ ■ ■ نوّفر مزايا تجعل الفندق عنواناً بارزاً في الضيافة الأصيلة ■ ■ ■

تحفة معمارية من فئة الخمس نجوم بما يضمن للنزلاء تجربة استثنائية في عالم الضيافة القطرية.

معدلات إشغال جيدة

■ كم تبلغ معدلات الإشغال المحققة؟

– نجح الفندق في حصد حصة وازنة في السوق القطرية مع بلوغ معدلات الإشغال مستويات جيدة ومستقرة طوال العام، مع التركيز على تقديم خدمات ترتقي إلى مستوى تطلعات النزلاء الباحثين عن تجربة فريدة وتلبية احتياجاتهم المتنوعة. كما نوّفر مجموعة من الخصائص والمزايا التي تجعل من هذا الفندق مقصداً سياحياً وعنواناً بارزاً من عناوين الضيافة الأصيلة.

أهداف استراتيجية

■ كيف تعلقون على أداء الهيئة العامة للسياحة في تنشيط الحركة السياحية ودعم القطاع الفندقي؟

– تعمل الهيئة العامة للسياحة وفق أهداف استراتيجية في سبيل تعزيز

مكانة قطر كوجهة سياحية بارزة، والارتقاء بقطاع الضيافة إلى أعلى المستويات وذلك من خلال المشاركة في مختلف المحافل والمعارض العالمية والإقليمية البارزة، للتسويق للمزايا والخدمات الفندقية التي يتمكن السياح من الاستفادة منها. إلى جانب استضافة فعاليات رياضية وترفيهية وثقافية، في سبيل استقطاب أسواق جديدة لدفع عجلة نمو القطاع السياحي في الدولة. ■



■ تلعب الاستدامة دوراً حيوياً في قطاع الضيافة، ما هي أبرز الممارسات التي يقوم بها فندق كمبينسكي مرسى ملاذ لتحقيق مفهوم الاستدامة؟

– نولي أهمية لتعزيز الممارسات الواعية بيئياً وترسيخها، حيث نعمل على مضاعفة جهودنا للالتزام بمفهوم الاستدامة واتباع سياسات لتحقيق أهداف التنمية لضمان مستقبل مزدهر للأجيال المقبلة. وبعيداً من الاتجاهات الحالية المتمثلة في ترشيد استهلاك الموارد البيئية والانتقال إلى الطاقة البديلة والتقليل من هدر الطعام، بات من الضروري إيجاد طرق إبداعية جديدة لتسريع عملية الانتقال إلى السياحة الخضراء وترسيخ أساليب الاستدامة داخل المنشآت الفندقية.

تصميم خارجي أنيق وموقع استراتيجي

■ ما الذي يميّز مرسى ملاذ كمبينسكي اللؤلؤة عن الفنادق الأخرى في السوق القطرية؟

– نجح الفندق في ترسيخ مكانته بفضل تصميمه الخارجي الأنيق

وموقعه الاستراتيجي في جزيرة اللؤلؤة، التي تعد قاعدة أساسية ومثالية للدوحة. ويوفّر تجربة منقطعة النظير للتقاليد العربية الممزوجة بالطابع الأوروبي على مستوى الخدمات المقدمة للنزلاء، وتجربة الطعام الفاخرة حرصاً منا على ضمان أعلى درجات الرفاهية والراحة بما يتماشى مع مبادئ العلامة التجارية والفردان للضيافة الشركة المطورة للفندق، الذي يعد

استمتع بنوسه الصيف مع العائلة في مرسى ملاذ كمينسكي، اللؤلؤة - الدوحة



Marsa Malaz
Kempinski

THE PEARL | Doha

مرسى ملاذ كمينسكي

تجربة إقامة فريدة تصرح بين الراحة والرفاهية مع مجموعة مختارة من وسائل الراحة والاستمتاع للأضلاع، المسابح الخارجية والشاطئ الرائع

لعشاق الطعام، يمكنك الاختيار بين تجارب طهي مبتكرة في مطاعمنا المختلفة ولعشاق الاسترخاء، يوفر سبا مرسى ملاذ الكثير من جلسات الاستجمام، بالإضافة إلى المرافق والخدمات الفاخرة.

لمزيد من المعلومات والحجوزات، يرجى الاتصال بـ ٩٧٤ ١-٣٥ ٥٥٥٥ + أو إرسال بريد إلكتروني reservations.marsamalaz@kempinski.com

Kempinski
HOTELS SINCE 1897

علي موسى

(مدير عام فندق ومنتجج ذا تشيدي كتارا THE CHEDI KATARA - قطر)؛

يقدم «تشيدي كتارا» في الدوحة أرقى خدمات الضيافة

يعكس فندق ومنتجج ذا تشيدي كتارا في الدوحة المطل على بحر العرب، الديناميكية التي تتميز بها قطر، محققاً معدلات إشغال زادت عما كان متوقفاً مع بداية هذه السنة، ما يحفز الفندق على البقاء في جهودية كاملة لاستقبال الزوار وتوفير أرقى الخدمات التي تحاكي تطلعاتهم.

واعتبر المدير العام لفندق ومنتجج ذا تشيدي كتارا THE CHEDI KATARA - قطر السيد علي موسى في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، أن الفاعليات والأحداث التي تستضيفها دولة قطر، تشكل عاملاً مساعداً لتحقيق مزيد من النمو وحصد حصة وازنة في السوق وزيادة معدلات الإشغال.

■ ■ ■ أداء إيجابي ومعدلات إشغال تخطت التوقعات ■ ■ ■

الدُّوب للوصول إلى هذا النجاح الباهر. كما حصد الفندق مجموعة جوائز ضمن دولة قطر.

البقاء في جهودية كاملة

■ ما هي أبرز خططكم المستقبلية؟

– مع تنامي عدد السياح الوافدين إلى دولة قطر، يتوجب علينا البقاء في جهودية كاملة لاستقبال الزوار وتوفير أرقى الخدمات التي تحاكي تطلعاتهم، وتعزز من التجربة السياحية لاكتشاف المعالم السياحية والاستفادة من الوجهات المميزة في الدولة، وفي الوقت ذاته الاستمتاع بالإقامة داخل الفندق والاستفادة من النشاطات الترفيهية والألعاب والرياضات المائية، فضلاً عن الأقسام المخصصة بالصحة واللياقة البدنية والتأمل التي تمثل أبرز خصائص ومميزات علامة ذي تشيدي.

متفائلون بأداء إيجابي

■ هل أنتم متفائلون للمرحلة المقبلة؟

– بدأ عام ٢٠٢٤ بأداء إيجابي محققين معدلات إشغال أعلى من المتوقع. كما تشكل الفاعليات المتنوعة والأحداث

التي تستضيفها دولة قطر، عاملاً مساعداً لتحقيق مزيد من النمو وحصد حصة وازنة في السوق وزيادة معدلات الإشغال. كما يدعم الدور الذي تلعبه الهيئة العامة للسياحة، النشاطات السياحية ويخلق فرصاً للنمو واستقطاب سياح جدد من الأسواق الأوروبية خصوصاً بعد رعاية هيئة سياحة قطر

■ UEFA EURO 2024 لبطولة VISIT QATAR

■ ما الهدف من مشاركتكم في المعارض العالمية والإقليمية المتخصصة في قطاع الضيافة والسفر؟

– نشارك تحت مظلة هيئة السياحة القطرية في الكثير من الفاعليات والمعارض في أنحاء العالم وتحديداً معرض سوق السفر العربي، باعتباره فاعلية رائدة على مستوى المنطقة في قطاع السياحة والسفر. لذا، نحرص كفنادق عاملة في دولة قطر على المشاركة في هذا الحدث والتسويق للفنادق والدولة، كوجهة سياحية بارزة في المنطقة إلى جانب التعريف بالخدمات والخصائص التي نقدمها في فندق ومنتجج ذا تشيدي كتارا.

مستمرون بإطلاق المبادرات الهادفة لحماية الموارد البيئية

■ ما هي الإجراءات المتبعة في الفندق لامتثال لمعايير الاستدامة بعدما أصبحت مطلباً أساسياً في عالم السياحة؟

– بات القطاع السياحي أكثر توجهاً نحو التنمية السياحية المستدامة، ونحن في مواكبة مستمرة وجهود حثيثة لإطلاق مبادرات هادفة لحماية الموارد البيئية والمساهمة في تطبيق السياحة المستدامة، إنطلاقاً من الدور الرائد الذي يجب أن يلعبه القطاع الفندقي في تحقيق خطوات متقدمة في هذه المسألة.

أفضل فندق ترفيهي على مستوى الشرق الأوسط

■ ما أهمية الجائزة التي حصدتها الفندق ضمن فاعليات معرض سوق السفر العربي ٢٠٢٤؟

– تُوج الفندق بجائزة «أفضل

فندق ترفيهي على مستوى

الشرق الأوسط»، وهذا يُعد

فخراً كبيراً بالنسبة إلينا

باعتبارنا منشأة حديثة في

السوق القطرية، إذ بدأنا عمليات

التشغيل منذ قرابة العام ونصف

العام. وهذا يؤكد الجهود المبذولة والعمل

Joseph Karam (COO – Ishraq Hospitality)

The hospitality industry protects its very existence by working in harmony with the environment

Joseph Karam, Chief Operating Officer at Ishraq Hospitality, declared that the Ishraq Hospitality, which is part of Mohamed and Obaid Almulla Group, has over 100 years combined hands-on hospitality experience both regional and international as well as direct access to the industry's leading influencers and stakeholders, stating that Ishraq Hospitality has developed a balanced portfolio of franchises and managed properties covering limited service, 2-star, 4-star, 5-star and extended limited stay property segments, focused on the vibrant and attractive Dubai market, indicating that each hotel reflects the true essence of hospitality with the guests receiving personalized attention and service, assuring that their style is global with a touch of local traditions and values. He further proclaimed that they have started signing contracts to manage other owners' hotels among which is the Crowne Plaza Batumi Beach Hotel, revealing that they will start managing it hopefully in the first quarter of 2025. On the other hand, Mr. Karam said that Dubai is one of the fastest countries which have recovered from Covid-19 in a tremendous way, affirming that 2023 was a top performing year, highlighting the benefits of sustainability in hospitality. "The hospitality industry must ensure it works in harmony with the environment and is mindful of its social and economic impact by not overconsuming resources, working to conserve biodiversity, not polluting, and respecting local communities and workers. In doing so, the industry protects its very existence".

Mr. Karam disclosed that they, at Ishraq Hospitality, always try to stay in the pace and compete especially through implementing sustainability and hiring new young graduates as well as providing good offers and packages and participating in the major exhibitions and roadshows.

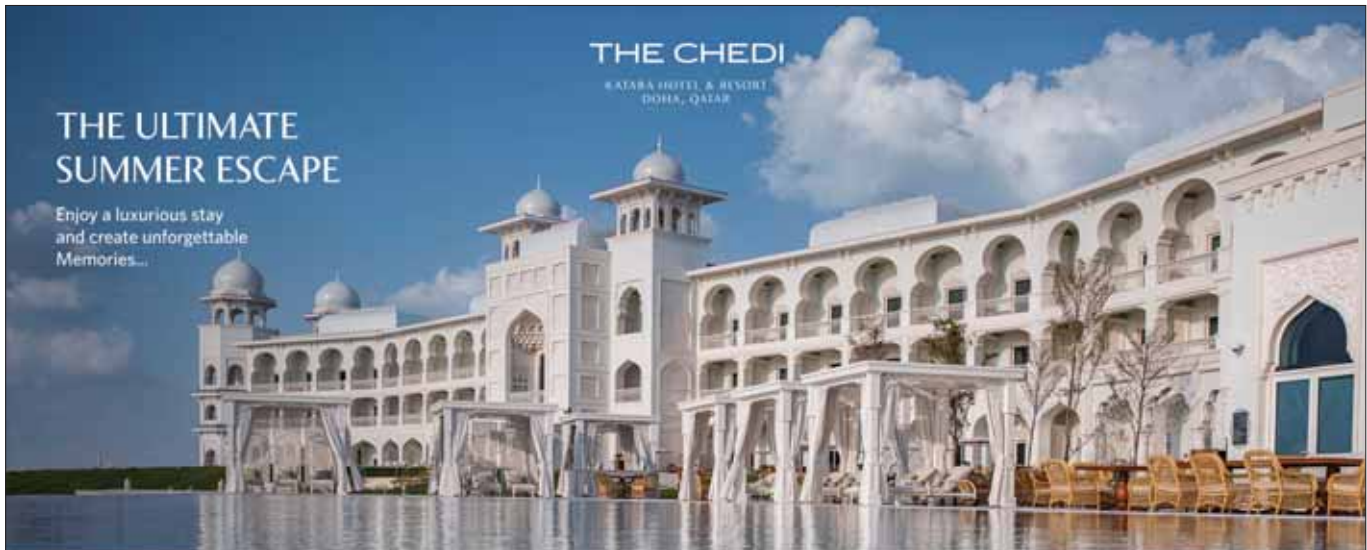


Dr. Rachid Chemmaa (Central Hotels & Resorts)

2024 will be stronger than previous years

Dr. Rachid Chemmaa, Cluster General Manager at Central Hotels & Resorts, stated that the mindset of the group is to ensure that they empower their human capital in order to get the strategies aligned with the tactics that they do. "Central Hotels & Resorts is growing and contributing widely into Dubai in terms of hosting the visitors and assuring that they have a memorable stay". He further proclaimed that the performance of the hospitality sector post Covid-19 has been exceptional and the recovery has been extremely quick, indicating that they have taken advantage of that in order to transform the way things have been done before, revealing that the power of spending has not slowed down, assuring that although they suffered from the increase of prices; yet, they didn't pass that to their customers in order to encourage traveling. "We have taken a lot of initiatives on staycations and 2024 will be stronger than previous years and even higher than pre-pandemic levels". On the other hand, Dr. Chemmaa said that there are a lot of initiatives that have been taken already to make travel more sustainable, declaring that they have integrated innovative sustainable practices across their properties to uphold environmental stewardship and promote responsible tourism such as the transition to eco-friendly wooden key cards, environmentally friendly F&B practices, and sustainable waste management efforts, highlighting how technology enhances guest experiences and sustainability. "Technology enhances guest experiences through personalization, efficient operations, and digital communication. It also promotes sustainability by enabling energy and resource optimization, implementing eco-friendly practices, and collecting real-time feedback for continuous improvement".

Moreover, he mentioned that Central Hotels & Resorts will announce upcoming projects in travel innovation, including smart destination management systems for optimized tourist experiences, virtual reality tours for remote exploration, blockchain-based platforms for secure bookings, sustainable tourism initiatives promoting conservation and community empowerment, eco-friendly urban transportation options, and space tourism ventures offering unique experiences beyond Earth's atmosphere.



THE CHEDI
KATARA HOTEL & RESORT
DOHA, QATAR

THE ULTIMATE SUMMER ESCAPE

Enjoy a luxurious stay
and create unforgettable
Memories...



834 Shakespeare St., Katara Cultural Village, Doha, Qatar.
For more information, please call +974 4144 7777
or visit www.chedikatara.com

GHM
A STYLE TO REMEMBER

THE LEADING HOTEL
OF THE MIDDLE EAST

Moussa El Hayek (COO – Al Bustan Centre & Residence): We will present a modern and eco-friendly product to our clients during 2024

Moussa El Hayek, Chief Operating Officer of Al Bustan Centre & Residence, is a seasoned hospitality executive with a career spanning four decades. His interest in the hotel sector began at a young age, having been born in Lebanon. He realized his passion for assisting others as a young trainee and went on a road that would lead him to become a recognized figure in the profession. After obtaining experience in Jordan, Saudi Arabia, and Kuwait, Mr. El Hayek moved to the UAE in 1983 to take the position of Sales Manager at the famed Hyatt Regency in Dubai. Since then, he has enjoyed a successful career and has held important roles in prominent businesses all throughout the area. The motivation behind Mr. El Hayek's success has been his commitment and love for the hospitality sector. Meeting individuals from other countries and origins gives him tremendous satisfaction and has expanded his professional life and extended his perspective. Al Bayan Magazine met Mr. El Hayek on the sidelines of the Arabian Travel Market and conducted the following interview.



“We emerged as a favorite destination for tourists & carved our name in the MICE industry”

• **The main theme for ATM 2024 is “Empowering Innovation – Transforming Travel Through Entrepreneurship”. How are you contributing to achieving this goal?**

- Al Bustan Centre & Residence has been participating in ATM for the 27th time and we believe it is a platform where we reconnect with our travel partner, end users and tour operators. Thus, this show is very important to present and showcase what's new at our hotel and to appreciate our partners for their support over the years.

• **How do you assess the performance of the hospitality sector?**

- I believe year-on-year the hospitality sector has approved to be a very progressive sector and every year we witness at least between 22 and 25 new hotel establishments being introduced to the market. I reckon that Dubai now has about 150 thousand hotel rooms and this gives it the edge to cater to a very big international events due to the large inventory that it has.

• **In your opinion, what measures can be taken to make travel more sustainable?**

- The more you give your clients extra services and facilities as well as flexibility and rewards, the more you will gain repeated guests as they will come back again and encourage other people to come with them also.

• **What strategies do you employ to maintain consistently high occupancy rates?**

- This depends on the supply and demand. When the hotel feels that the demand is a bit lower, it needs to encourage more incentives to the clients and introduce more packages to attract different level of price categories. By doing this, it will get more business and have better occupancy all year round.

• **What are your latest achievements?**

- We have been in this market for the past 27 years and every couple of

years, we used to make partial renovations and upgradations to the product. This year we have conducted a major renovation that will enable us to present a completely new modern and eco-friendly product to our clients.

We have changed all our movable furniture, electronics, lighting, etc... to brand new ones, noting that we have already completed 50 percent of our total inventory and the rest will be ready most probably by the mid of July.

• **What are the main characteristics and features of Al Bustan Centre & Residence?**

- Established in 1997, Al Bustan Centre and Residence has closely witnessed the rise of Dubai as a hub for tourists, and alongside played an eminent role in catering to its guests. It emerged as a favorite destination for tourists, especially the ones on business and carved a name for itself in the MICE Industry. The property earned its great reputation from its loyal customers and good market segments. The reason behind its success is its drive to stay up to date with time and the changing trends of its guests. Al Bustan Centre and Residence offers 640 rooms and suites to its business and leisure guests. Every room is equipped with a kitchenette, basic appliances like a cooker, toaster and refrigerator, dining and living space. A family of four can comfortably stay in a two-bedroom apartment and enjoy their time together. Business travelers can attend to their guests at ease in the living area. We also offer a free Laundromat service to our guests. Moreover, Al Bustan Centre & Residence has always presented a luxurious setting for its guests on account of its spacious lobby, meeting rooms and business centre, amazing dining options at the Fountain Café & Restaurant, Food Court, and large number of retail outlets. It is worth mentioning that we have always kept ourselves up-to-date with the latest innovation in the market and at pace with the heightened guest expectations. We also try to change as per the market trend in order to offer superior quality products to all our guests.



موسى الحايك متوسطاً زملاءه



موسى الحايك متوسطاً APRIL BOADO ودانيال زعرب



مركز ورزیدنس البستان
Al Bustan Centre & Residence

WELCOME HOME



**Redefine.
Reimagine.
Rediscover.**

*Come home to
experience the
transformation*

Soon...



Connect with us

Tel: +971 4 263 0000

Email: albustan@emirates.net.ae

www.al-bustan.com

Al Nahda Road, Al Towar P.O. Box: 20107
Al Qusais, Dubai, UAE.



From coast to coast:

Royal Caribbean rolls out new short getaways to the tropics in 2025-26

Getting away from coast to coast just got easier with Royal Caribbean International, part of the Royal Caribbean Group. Vacationers are in for more ways to pack big adventures into short getaways with the latest lineup of Royal Caribbean International's 3- to 6-night vacations to the Caribbean and The Bahamas. The island-hopping adventures in 2025-2026 start in six U.S. cities across Florida, California and Texas, from the latest Oasis Class ships, Utopia and Wonder of the Seas, in Orlando (Port Canaveral) and Miami, Florida, respectively; to fan-favorites Navigator and Hollywood newcomer Quantum of the Seas in Los Angeles. Plus, the lineup of Enchantment, Explorer, Freedom, Jewel, Liberty and Mariner of the Seas brings signature experiences to Tampa, Florida; Orlando (Port Canaveral), Miami and Fort Lauderdale, Florida; and Galveston, Texas.

Vacationers will have a wide range of sun-soaked destinations to choose from, including Royal Caribbean's award-winning private destinations, Perfect Day at CocoCay in The Bahamas and Labadee, Haiti. From 14 next-level waterslides in Thrill Waterpark to the island's first adults-only oasis, Hideaway Beach, there are all kinds of adrenaline-pumping thrills and ways to chill on Perfect Day at CocoCay. Labadee, located along the northern coast of Haiti, is a slice of paradise with five stunning shorelines and beautiful mountain backdrops. Experiences range from taking in once-in-a-lifetime views on Dragon's Breath Flight Line, the world's longest overwater zipline, to kicking back on white sand beaches and exploring rich culture while meeting local crafters and artisans. Families and travelers of all ages can also have their pick of idyllic locales across the eastern and western Caribbean, including Puerto Plata, Dominican Republic; Roatan, Honduras; Cozumel, Mexico; St. Johns, Antigua; and more.

Mohamed Saeed, Managing Director, Royal Caribbean International, Celebrity Cruises, Azamara & Silversea Cruises – Middle East, says: "Vacationers have a wide range of sun-soaked destinations to choose from, including Royal Caribbean's award-winning private destinations, Perfect Day at CocoCay in The Bahamas and Labadee, Haiti".



ذكريات لا تنسى

إستمع بإقامة فاخرة في فندق فيرمونت عجمان الذي يتمتع بشرفات وإطلالات بانورامية ساحرة على الشاطئ مما يناسب العائلات و يوفر إقامة مثالية للراحة والإسترخاء. كما يقدم تجربة مثالية لجميع الضيوف من خلال الخدمات والمرافق الإستثنائية التي تتضمن الأنشطة و المطاعم الفاخرة و منتجج صحي.

إستمع بإقامة لا مثيل لها و إصنع ذكريات لا تنسى.

لمزيد من المعلومات أو الحجز، يرجى الإتصال على 0097167015757، أو زيارة www.fairmont.com/ajman

Fairmont stay ICONIC
AJMAN
فيرمونت عجمان

Elias Chakhtoura

(Cluster General Manager – Fairmont Ajman & Fujairah Beach Resort):

Fairmont is all about the service culture

Elias Chakhtoura, Cluster General Manager of Fairmont Ajman and Fairmont Fujairah Beach Resort, brings with him a wealth of experience and expertise garnered from a distinguished international career spanning Europe, the United States, Canada, and the UAE. He began his journey in hospitality in 1999, demonstrating his expertise in various renowned establishments. His impressive career includes key roles, managing diverse hotel operations, including F&B, outlets, and guest services. He is renowned for his ability to enhance guest experiences and implement effective cost control measures, ensuring both guest satisfaction and financial performance are at their peak. Under his leadership, the two hotels look forward to a promising future, providing warm hospitality and outstanding service and memorable stays for their guests as well as ensuring guests' experiences are not simply comfortable, but truly exceptional. Al Bayan Magazine met Mr. Chakhtoura during the Arabian Travel Market and conducted the following interview.



“Being an entrepreneur and focusing on sustainability are essential to be different & innovative”

• **What are the main characteristics and features of Fairmont Ajman & Fujairah Beach Resort?**

- Fairmont Ajman is a beachfront 5-star hotel situated in Ajman, just 30 minutes away from the bustling metropolis of Dubai. Combining hospitality and elegance with a deep connection to natural surrounds, Fairmont Ajman promises exceptional cultural, leisure and dining experiences in a truly spectacular setting. Featuring 252 guest rooms and suites complete with ample space and breathtaking views of the Arabian Gulf, Fairmont Ajman presents travelers with all the comforts of home, alongside world-class service. With its 8 restaurants and lounges, an infinity pool, kid's club and pool, 200 square meter beach front and water sports, the hotel offers the perfect setting for an unforgettable family staycation. Memories are made at Fairmont Ajman, guests can enjoy indulgent mornings by the infinity pool with sweeping views out to sea, and leisurely, toes-in-the sand beach afternoons sipping a cocktail or coffee. Also, extraordinary golfing facilities are available at Al Zorah Golf Club, and our fitness center provides the ideal opportunity for successful workouts. Guests can also encounter the pinnacle of resort-style dining with an abundance of upscale restaurants and bars such as Kivi, Gioia, Spectrum and Salt & Sea, and feel fully revived with transformative spa treatments at Wellbeings Holistic Healing, where we combine holistic wellness experiences with luxury spa treatments resulting in a complete feeling of serenity. Our treatments cover a broad range of approaches, from organic-led to cutting-edge technologies that enhance results for the ultimate in wellness and rejuvenation. With respect to Fujairah Beach Resort, it is an idyllic 5-star hotel. Nestled among the hidden valleys of the majestic Al Hajar Mountains, Fairmont Fujairah Beach Resort lies along the coast of Dibba, the second largest town in the emirate of Fujairah. Set against a dramatic backdrop of rugged terrain, our luxury hotel in Fujairah offers travelers the chance to discover a destination lauded for its natural beauty, with fascinating archeological and heritage sites all within easy reach. Once guests step inside the resort, they will be surrounded by a sophisticated design theme in which modern bohemian elegance meets arabesque-infused art deco. Fujairah's only art-inspired hotel, this luxury resort comprises 181 exceptional guest rooms and suites, all with serene views to the marina or sweeping across the gulf. Guests benefit from Fairmont's impeccable service, alongside a host of premium amenities, including a beautifully patterned swimming pool, an exceptional spa and health club, and elegant spaces for seasonal events in Fujairah, as well as various restaurants such as Canvas, The Copper Lobster and Lava Dining.

In addition, there is the Arena Sports Bar which is a homely pub with a friendly and relaxed atmosphere. It is the perfect place for a drink and some good bar bites where one can watch and cheer for his favorite teams showing live action on the big screens. Our hotel's lively bar is designed for serious fans wanting to unwind after a busy day and enjoy a quick game of darts or head for the pool tables. One will never be far from the action at Arena Sports Bar. Overall, Fairmont Ajman and Fujairah Beach Resort are the ideal hotels where moments are turned into memories.

• **The main theme for ATM 2024 is “Empowering Innovation – Transforming Travel Through Entrepreneurship”. How are you contributing to achieving this goal?**

- I think the theme of ATM this year is the

strategy and aim of any hotel because in today's market, one has to be very competitive especially that there are a lot of amazing destinations around the world. So, in order to be different, to get ahead and to market yourself, you have to be an entrepreneur and focus on sustainability because as hotels, we generate a lot of waste and thus today we have to be responsible and run our operation in a very sustainable and responsible way. We do have those things in mind in our day-to-day operations and we try to reflect on how we can be different and generate more footfalls to our destinations by highlighting the unique selling points of our hotels. Every year, we try to improve our sustainability and lower food waste, carbon footprint and energy consumption. We also create experiences that differentiate us from other destinations or hotel brands. At Fairmont, our teams and service remain at the core of what we do because Fairmont is all about the service culture and therefore we want our guests to come back because of the people that are serving them.

• **How do you assess the performance of the hospitality sector?**

- We can measure the performance of the hospitality sector by occupancy and average rate because both combined tell how good the destination is doing. Another factor is the number of hotels because the more hotels we have in a destination, the more popular that destination is. We can also look at the quality and reputation of the destination. Health and Safety today is a big factor of decision for travelers because they want to go to places where they have the peace of mind and the standards of safety are very high, and as you know UAE is one of the highest in terms of health and safety as a destination. Overall, the RevPAR is the indicator of how well the destination is doing along with the number of hotels.

• **In your opinion, what measures can be taken to make travel more sustainable?**

- I think this should come from every hotel. The hotels should have a sustainability plan and target improving year-on-year in order to reduce as much as possible the consumption and waste that they have. Thus, the responsibility lies with the operator and hotels, and today the technology has improved so much that it can really help by giving hotels the tools to improve on that. At Fairmont, we eliminated the single-use plastic products from our hotels. Now, we have reusable glass bottles with a bottling plant. The technology has moved a lot and the awareness that we need to invest in sustainability is increasing more and more. Along with that, we have local municipalities and authorities pushing as well into more sustainable environment and they dictate the guidelines. This is a very important factor to push the operators.

• **What are your upcoming plans or initiatives?**

- Actually, we have a lot of plans. In Fujairah Beach Resort, we want to enhance the kid's experience. We have already a completely separate kid's pool with a lot of indoor and outdoor facilities. We are planning to take this to the next level by adding on even more activities for them to do. Around F&B, we have the seafood restaurants completely revamped and they will only focus on local fish. Guests will experience the authentic local seafood products of the region. In Fairmont Ajman, a lot of things around kids will be done and we have also a new sports bar that just opened recently as well as a Turkish restaurant that has been revamped, offering authentic Turkish experience, along with a lot more sustainability activities.



شادي قاسم

(المدير العام لفندق دبل تري باي هيلتون - الدوحة وفندق ألف الدوحة ريزيدنس كوربو كولكشن باي هيلتون):



حققت فنادقنا نسب إشغال تصل إلى ٩٨٪

سجل الإشغال في فندق دبل تري باي هيلتون الدوحة - السد
DOUBLE TREE BY HILTON DOHA وألف الدوحة ريزيدنس كوربو كولكشن من
هيلتون ALEPH DOHA RESIDENCES, CURIO COLLECTION BY HILTON
معدلات إيجابية جداً، إذ وصلت إلى ٩٨٪ في الأشهر الأولى من هذه السنة.
وقال المدير العام لفندق دبل تري هيلتون الدوحة - السد وفندق ألف الدوحة
ريزيدنس كوربو كولكشن هيلتون السيد شادي قاسم، إن لكل فندق «هوية
خاصة»، الأول يتمتع بموقع استراتيجي في منطقة السد بالقرب من المركز التجاري
مراقب، والثاني يقع بالقرب من مركز الدوحة للمعارض والمؤتمرات ومركز سيتي
سنتر التجاري. ولفت إلى أن فنادق هيلتون تعدّ الرقم ٢ في ترشيد الطاقة.
وأشار قاسم إلى دور قطر للسياحة في الترويج للدولة في كل الأسواق المهمة من خلال التنوع في الفعاليات المحلية والسياسة الترويجية. موضحاً أن
فنادق قطر تقدم أعلى معايير الخدمة المتطورة.

فنادق هيلتون من الأوائل في ترشيد الطاقة

خطوات للحفاظ على البيئة

■ ما هي معايير الاستدامة المعتمدة؟

تعدّ فنادق هيلتون من الفنادق الأولى في ترشيد الطاقة،
وشكّلت مع شركة كيا الراعي الرسمي لتجارب رمضان الأكثر
استدامة من خلال استخدام السيارات الكهربائية، وإعادة التدوير
والحد من هدر الطعام، والتركيز على الممارسات المسؤولة
والمبادرات المجتمعية والخضراء. ويتم التعاقد مع عدد من
المدارس لذوي الاحتياجات الخاصة، للعمل على توظيف نسبة
معينة من طلابهم في فنادق هيلتون وتدريبهم.

قطر للسياحة تؤدي دوراً مهماً في تنشيط السياحة المحلية

■ كيف تقيّمون واقع السياحة في قطر؟

لا شك أن الفعاليات المتعددة والمؤتمرات التي تشهدها الدوحة
ساهمت بفعالية في تعزيز معدلات الإشغال في القطاع الفندقي، كما
دعمت أداءه التشغيلي خصوصاً أن قطر للسياحة تؤدي دوراً مهماً
في تنشيط وازدهار مكونات صناعة السياحة المحلية من خلال
ترسيخ مفاهيم حديثة عن مكونات السياحة والترويج لها في
سائر الأسواق المهمة، ما كان له الأثر الفاعل

والإيجابي في تعزيز تدفق السياح إلى
الدوحة.

■ كلمة أخيرة؟

– لا بدّ من الإشارة إلى أن
فنادق دولة قطر قادرة على
استقبال الزوار من شتى الأسواق
السياحية وتتميز بتوفير كل
احتياجاتهم وفق أعلى معايير
الخدمة المتطورة. ■

البيان ■ ما الذي يميّز فندق دبل تري هيلتون الدوحة - السد وفندق ألف الدوحة ريزيدنس كوربو كولكشن من هيلتون؟

– لكل فندق هويته، إذ يميّز فندق ألف الدوحة ريزيدنس أحد
فنادق مجموعة كوربو كولكشن هيلتون، بموقعه على الشاطئ
وبألوانه الأكثر حياة. ويتألف هذا الفندق من ٥٢ طابقاً و ٢٤٠
وحدة، ومطعم IKA الرائع المستوحى من أميركا الجنوبية،
للاستمتاع بالمغامرات في فنون الطهي مع الشيف
لويجيو بينزول، وتراس واکا للاستمتاع بالشيشة والرياضات
المباشرة على الشاشات، الى جانب المسابح، فضلاً عن مكان
مخصص لخيمة رمضان في الطابق ٥٢.

أما فندق «دبل تري هيلتون الدوحة - السد» فيتميّز بإطلالات على
المدينة ويتألف من ١٤٠ غرفة، وتوجد فيه ثلاثة مطاعم، تقدم
مجموعة متنوعة من المأكولات الآسيوية والأوروبية، ومطعم
برودواي براسيري، والبار الحضاري StrEAT Culture الذي يقدم
أطعمة الشارع من أنحاء العالم، ومقهى إسبريسو لآب لتناول
القهوة الطازجة والوجبات الخفيفة، إضافة إلى مركز للياقة البدنية
وحمام سباحة خارجي مناسب للعائلات، ومساحات مخصّصة
للاجتماعات، والمرافق المخصّصة لذوي الاحتياجات
الخاصة.

معدلات الإشغال إيجابية جداً

■ ما هو معدل الإشغال في فنادقكم؟

– إن معدلات الإشغال إيجابية
جداً، إذ وصلت إلى ٩٨٪ في
خلال الأشهر الأولى من هذه
السنة. ويُعد الهيلتون (HILTON)
واجهة قطر، ووجهة سياحية
معتمدة خلال الموسم الشتوي،
وخلال فصل الصيف عبر تأمين
الوصول إلى كل الشواطئ.



Marriott International Road to Awareness Program

A shining example of how initiatives can generate sustainable charitable revenues

Exactly 16 years after it was first created, the Road to Awareness charity campaign is still going strong. Co-created by then-Starwood VP Guido De Wilde, the cycling-focused event has raised millions for charity. Even after De Wilde's retirement in 2021, he has remained involved in charity, and Marriott International (which acquired Starwood) has maintained Road to Awareness. In the UAE, Marriott works hand in hand with the Al Jalila Foundation, a member of the Mohammed Bin Rashid Al Maktoum Global Initiatives dedicated to transforming lives through medical innovation. Every year, since 2015, Marriott International and its employees across the UAE have raised funds to give hope to sick children and their families through the "Road to Awareness" fundraising campaign. The latest "Road to Awareness" event took place in Mallorca, Spain where 25 cyclists participated in a challenging ride including Mr. Zee Bassila, Hotel Manager at Aloft Dubai Creek.



On the occasion, Mr. Bassila declared: "The Road to Awareness program is a shining example of how creative collaborations and initiatives can generate sustainable charitable revenues. The annual cycle challenge has continued to be an anchor of the program with cyclists from across Marriott International hotels riding for charity. We are proud to have contributed to the Al Jalila Foundation's mission over the past decade. Our work together is a testament to Marriott's commitment to serve the communities in which we operate. We recognize the critical role that Al Jalila Foundation plays in transforming lives, and we are honored to support its work".

سيريل معوض

يحصد جائزة أفضل مدير عام في قطر



حصل سيريل معوض، مدير عام فنادق ماريوت ماركيز سيتي سنتر الدوحة وشقق ماريوت التنفيذية سيتي سنتر الدوحة، على جائزة أفضل مدير عام في قطر للعام Highly Commended GM of the Year خلال حفل توزيع جوائز المدراء العاميين لعام ٢٠٢٤، المقام من قبل Hotelier Middle East.

اكتشف ملاذًا حضريًا في دبل تري من هيلتون الدوحة السد

جزيرة المزيج المثالي من الراحة وتجارب تناول الطعام اللذيذة بالحياة في قلب الدوحة

فندق دبل تري باي هيلتون الدوحة - السد

شارع محمد بن القاسم | اربيل | doha.sale@hilton.com | doha.doubletree.al.sadd | DoubleTree by Hilton - Al Sadd | +961 1 1 1 1 1 1

DOUBLE TREE
by Hilton
دوبل تري من هيلتون
DOHA - AL SADD

ليندا موافق (فندق CONRAD DUBAI):

اتبنا استراتيجية جديدة لتطبيق معايير الاستدامة



كشفت رئيسة الشؤون التجارية لفندق كونراد - دبي CONRAD DUBAI **ليندا موافق** عن تقديم عروض وبرامج تتناسب مع مختلف احتياجات وتطلعات النزلاء، فضلاً عن استهداف أسواق وجنسيات جديدة.

وبعدما أضحت الاستدامة مطلباً أساسياً في قطاع السياحة والسفر أكدت **موافق** اتباع استراتيجية جديدة لتطبيق معايير الاستدامة في عملية حجز الغرف عبر التطبيقات الذكية، والتخفيف من استخدام الأوراق، إلى جانب تقديم قائمة متنوعة من الخضار والفواكه العضوية التي تتم زراعتها في إحدى المزارع التابعة للفندق.

أما على صعيد تحقيق نسب إشغال مرتفعة، لفتت إلى تبني مجموعة من الاستراتيجيات لبلوغ هذا الهدف والتمثلة في الموقع الاستراتيجي للفندق التي تسهل عملية التسويق لمجموعة من المميزات والخدمات الفاخرة المتاحة للنزلاء، بالإضافة إلى السعي المستمر لاستقطاب قطاعات وأسواق جديدة. مع الإشارة إلى وجود فريق عمل محترف على استعداد دائم لتقديم أرقى الخدمات للزبائن. أما بالنسبة إلى المشاريع الجديدة، أعربت عن أهمية مواكبة التطور الذي تشهده دولة الإمارات والنمو المتواصل للقطاع السياحي، وذلك من خلال تقديم عروض مميزة مع اقتراب موسم الصيف بما يتماشى مع البرامج والفعاليات السياحية المتنوعة.

بشار عمرو (مدير إدارة تطوير الأعمال في مرابيا العُلا MARAYA):

نتأجنا إيجابية ونطمح للأفضل دائماً



تطرق مدير إدارة تطوير الأعمال في مرابيا العُلا **بشار عمرو** إلى مميزات مرابيا، وهي عبارة عن مجموعة من القاعات التي تستضيف الكثير من المناسبات الفنية والترفيهية والقاعات المخصصة للاجتماعات والمعارض والأفراح.

وتعتبر تحفة معمارية فريدة من نوعها وأكبر مبنى مغطى بالمرابيا في العالم يوفر تجربة

استثنائية مع انعكاس المناظر الساحرة على جدرانها ومعالم الطبيعة الصحراوية في وادي عشتار. وأشار إلى انطلاقة الفكرة عام ٢٠١٩ وتديرها شركة "LIVE NATION ENTERTAINMENT" وهي عالمية تقوم بالإشراف والإدارة على مختلف الحفلات والمعارض التي تقام في العُلا.

أما بالنسبة للنتائج المحققة، لفت **عمرو** إلى أنها إيجابية الإ أنهم يطمحون دائماً للأفضل وتحقيق المزيد من النمو بما يتماشى مع الطفرة غير المسبوقة التي تشهدها مدينة العُلا وارتفاع أعداد الزوار، وهذا من شأنه تعزيز النشاط السياحي ودعم القطاع الفندقي.

Balancing sustainability and comfort
how Mövenpick Hotel & Residences
Riyadh is redefining hospitality
in the capital of Saudi Arabia?

Peter Hoesli, the Hotel General
Manager, Explains Their Goals.

MÖVENPICK
HOTEL & RESIDENCES
RIYADH

Peter Hoesli (General Manager – Mövenpick Hotel & Residences Riyadh):

Saudi Arabia is pushing towards being a top global tourism destination for investors & tourists

Peter Hoesli, General Manager of Mövenpick Hotel & Residences Riyadh, is a dynamic, very quality and result oriented executive, who through his determination and enthusiasm has always achieved very good operational results. With a robust skill set that includes pre-opening, hotels, resorts, hotel management, hospitality management and more, he has contributed, throughout his career that spans over 43 years, valuable insights to the industry. Mr. Hoesli was among the prominent people who participated at the Arabian Travel Market along with several of his colleagues. In a Q & A on the sidelines of the event, Al Bayan Magazine met Mr. Hoesli and conducted the following interview.



The Green Globe Certification is a testament to our commitment to sustainability & environmental responsibility

• **To what extent are you focusing on sustainability at Mövenpick Hotel & Residences Riyadh?**

- Sustainability is part of our DNA, and we believe it is our role to shape a more sustainable future of travel. Accor has been a pioneer in bringing sustainable development to hospitality for more than 30 years, and is now accelerating this transformation by building a model that contributes more than takes, with people and nature at the core. At Mövenpick Hotel & Residences Riyadh, we have eliminated all single-use plastics; reducing the hotel's environmental footprint and contributing to a cleaner planet. In 2023, We have also achieved "The Green Globe Certification" scoring one of the highest compliance rates in the Middle East, this is a testament to making a positive impact on both our local community and the planet at large. Our efforts do not stop there, we lead by example continuously innovating to minimize our ecological footprint. We have partnered with Winnov to track consumption and manage waste effectively in alignment with global best practices. Furthermore, energy consumption has been significantly reduced demonstrating the hotel's commitment to a greener and more sustainable future. For the first 5 months during 2024, we were able to reduce our Total Energy Consumption by 9.5% versus the same period in 2023.

• **What differentiates Mövenpick Hotel & Residences Riyadh from other hotels?**

- Mövenpick Hotel & Residences Riyadh stands out from other hotels by catering to a wide range of segments. Our prime location in the new Central Business District of Riyadh, adjacent to the King Abdullah Financial District (KAFFD), positions the 5-star hotel and residences as the ideal for both business and leisure travelers seeking authentic Swiss hospitality. Inspired by the Middle Eastern culture, the hotel offers 359 modern rooms and suites complemented by 90 spacious residences. Guests can enjoy a range of amenities, including a swimming pool and dedicated health clubs for both men and women. The wellness center features saunas, steam rooms, jacuzzi, gymnasium and treatment rooms, allowing guests the chance to exercise and relax throughout their stay. Additionally, even when the hotel is at full capacity and the 4,000 square meters of meeting space and rooms are fully occupied, guests will still find abundant areas to relax. Dining at Mövenpick Hotel & Residences Riyadh is an exceptional experience. We offer six dining venues with panoramic city views, including our unique outdoor Plaza on the second floor and specialty restaurants on the 15th floor. Guests can indulge in Mövenpick's famous culinary delights while enjoying the stunning vistas of Riyadh.



• **To what extent is the Saudi Tourism Authority supporting the hospitality sector?**

- Saudi Arabia is actively pursuing its Vision 2030 goal becoming a top global tourism destination for investors and tourists alike. As a result, the country's hospitality sector is experiencing significant growth and development to meet the increasing demand. The expansion mirrors the progress witnessed in the Middle East region as a whole, and Saudi Arabia in particular, where extensive investments in the fields of tourism, entertainment, sports, and cultural events are taking place. Given the significance of the hospitality sector as part of Saudi efforts to achieve the strategic goals of the Kingdom's national transformation plan, "Vision 2030", several real estate and infrastructure development projects have come to the forefront. These projects aim to offer attractive, distinctive tourism infrastructure to attract a broad audience of visitors from around the world. This transformation presents a significant and historical opportunity for the hospitality sector.

Accor's commitment to fostering and developing the hospitality sector from the grassroots level is evident in its strategic partnership with the Ministry of Tourism in Saudi Arabia. The partnership, dedicated to nurturing and developing Saudi talents, is exemplified by the 'Tamayyaz by Accor' program, which provides fresh graduates and talented individuals with a clear path to career advancement, identifying essential roles in each department,

cultivating talent, and raising the standards of hospitality to a global level. Upon completion of the six-month program, trainees will be employed in their preferred departments within the Accor portfolio.

Moreover, a lot of Saudi nationals are being sent to hotel schools all over the world which benefits the local hospitality industry by helping develop a skilled workforce. Overall, the authority efforts related to social and economic reforms have contributed to bolstering confidence in the hospitality sector. They have provided support and strengthened efforts to build a wide range of high-quality branded hospitality facilities throughout the country, including cities like Riyadh and Jeddah.

• **What will be your strategy for the upcoming months?**

- Our strategy for the upcoming months revolves around maintaining our high standards while placing a strong emphasis on sustainability which aligns with the global direction of Accor. Recognizing the increasing number of sustainability-conscious travelers, we are committed to implementing eco-friendly practices across our operations to reduce our environmental footprint and promote sustainable tourism contributing to the community we operate in. Staying agile and responsive to the growing demand in Riyadh is crucial, allowing us to cater to the needs of both business and leisure travelers.

Nemo Acimovic (General Manager - Bab Al Qasr Hotel):

We are always trying to maintain the best presentation of our products & services

Bab Al Qasr Hotel & Residences is a unique landmark on Abu Dhabi's ever-changing skyline with iconic architecture and Middle-Eastern inspired decorations, combined with unmatched Arabian hospitality to create a memorable experience for guests. Nemo Acimovic, General Manager at Bab Al Qasr Hotel & Residences, has 34 years' of experience in the hospitality industry and a proven track record in leading international luxury hotels in the Middle East, Australia, and Europe. With his unparalleled dedication, strategic vision, and unwavering dedication to provide the guests with outstanding experiences and to set Bab Al Qasr Hotel & Residences on the map as one of the leading hotels in the Capital, Mr. Acimovic delivers an exceptional standard of luxury, a stellar guest experience and operational excellence to Bab Al Qasr Hotel & Residences. On the sidelines of the Arabian Travel Market held in Dubai, Al Bayan Magazine met Mr. Acimovic and conducted the following interview.



• **The main theme for ATM 2024 is “Empowering Innovation – Transforming Travel Through Entrepreneurship”. How are you contributing to achieving this goal?**

- We look at business holistically from a perspective of entrepreneurship. We are always looking at innovative ways of running our business and sustainability, of course, is part of these innovations. We ensure that we stay up to date with all the trends and implement everything that is of value coming across. The buzz word these days is Artificial Intelligence (AI) and likewise with everybody else in the industry, we are looking at the advantages of these innovations coming up, in order to try and implement them in our hotel.

One can contribute towards the success of UAE by implementing best practices that translate into opportunities

• **How do you assess the performance of the hospitality sector?**

- There are number of ways of assessing the performance of the hospitality sector. We are obviously bound with what is happening around us and we are not immune to the rest of the world with all the impacts and instabilities. However, the growth of our region and UAE in particular is showing the world that with the right efforts, one can make a change and contribute towards the success of the country by implementing best practice that translates into opportunities for new business.

• **In your opinion, what measures can be taken to make travel more sustainable?**

- All the airlines are trying to encourage people to buy as much as possible into the green miles and that way combat the impact of the carbon footprint. Everybody in our business is trying to implement all the sustainable practices to reduce the carbon footprint especially that the global warming is impacting the tourism sector. Thus, I believe we can all do much more and better towards implementing sustainable practices to combat the global warming across the world.



• **What are the main features and characteristics of Bab Al Qasr Hotel & Residences?**

- Bab Al Qasr Hotel & Residences delivers a five-star elegance in a breathtaking setting with stunning facilities, a selection of rooms and incredible dining options. This grand hotel occupies a central location on Abu Dhabi's popular Corniche promenade, overlooking the azure waters of the Arabian Gulf and the landmark Qasr Al-Watan – the Capital's Presidential Palace. Bab Al Qasr Hotel & Residences effortlessly blends modern excellence with an appreciation for Arabic heritage. All 412 rooms, including 265 contemporary apartments and 114 elegant suites, are finished with modern fittings, all set within Arabian-inspired interiors and a sweeping architectural design. The white sands of Corniche Beach are just a few steps away and even closer still is the alluring infinity pool and the relaxing Ayana spa, which promises hours of unwinding in the sauna or steam room. Moreover, delicious dishes from across the globe await

guests in Bab Al Qasr's selection of seven restaurants and bars. Alternatively, a 24-hour service is available for private dining in your room. In addition, fitness enthusiasts can clock up the miles at the hotel's gym, before cooling off in the pool. Overall, the hotel's superb location makes it a perfect base for people's Abu Dhabi adventure with the Capital's iconic landmarks all located within a short distance.

• **What are your upcoming plans or initiatives?**

- We are always trying to maintain the best presentation of our products and services, and we are looking at increasing and enhancing our food & beverage offering and facilities so that the customers can get something fresh and new.

We are currently negotiating with a number of brands and franchises to bring something interesting to our hotel, so watch this space!



باب القصر
BAB AL QASR
Hotel & Residences

www.babalqasr.com

أنس عبدالله (المدير العام لفندق حياة بلايس HYATT PLACE - الرياض): HYATT PLACE RIYADH يقرب المسافة إلى الأماكن السياحية والترفيهية



يقدم فندق حياة بلايس في الرياض HYATT PLACE، تجربة ضيافة مميزة، إذ يحظى بموقع إستراتيجي في قلب المدينة يجعله قريباً من الأماكن السياحية والترفيهية. ويلتزم التوجهات التي تتوافق مع أهداف المملكة العربية السعودية للوصول إلى الريادة في مجال السياحة المستدامة.

وتماشياً مع الأهداف القائمة للحفاظ على البيئة، أعلن المدير العام لفندق حياة بلايس HYATT PLACE – الرياض السيد أنس عبدالله في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، عن تشكيل فريق متخصص في موضوع الاستدامة والآليات التي يجب العمل عليها للوصول إلى المستويات المطلوبة. وكشف عن قرب الحصول على التراخيص الضرورية لبدء عملية التوسع التي ستشمل أكثر من ١٠٠ غرفة جديدة و٣٠ شقة فاخرة.

■ ■ ■ مشروع التوسيع يشمل أكثر من ١٠٠ غرفة جديدة و٣٠ شقة فاخرة ■ ■ ■

ملتزمون بالمتطلبات والتوجهات التي يضعها القيمون على مبادرات السياحة الخضراء

■ تولى المملكة العربية السعودية تطبيق مبدأ الاستدامة أهمية كبيرة، ما الذي يقدمه فندق حياة بلايس في هذا الصدد؟

– تستهدف المملكة الوصول إلى الريادة في مجال السياحة المستدامة، في ظل إطلاق مجموعة من المبادرات والفرص الاستثمارية الواعدة. ونحن بدورنا نلتزم بالمتطلبات والتوجهات التي يضعها القيمون على مبادرات السياحة الخضراء.

وتزامناً مع الأهداف القائمة للحفاظ على البيئة، شكلنا داخل الفندق فريقاً متخصصاً في موضوع الاستدامة والآليات التي يجب العمل عليها للوصول إلى المستويات المطلوبة، منها على

سبيل المثال عمليات إعادة التدوير، وتزويد النزلاء بالارشادات المطلوبة للمساهمة بدورهم في عملية الاستدامة داخل الغرف وترشيد استهلاك الموارد البيئية. إلى جانب ذلك، تم تزويد الفندق بجهاز متطور لقياس مستوى هدر الطعام، بهدف التخفيف من هذه الآفة حفاظاً على البيئة. ■



■ كيف تقيمون واقع القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية؟

– تشهد المملكة العربية السعودية نمواً متزايداً في أعداد الوافدين خصوصاً خلال موسم الرياض والفعاليات الترفيهية المتنوعة، ما ساهم إلى حد كبير في ارتفاع معدلات الإشغال خلال نهاية الأسبوع، وهذا من شأنه أن ينعكس بصورة إيجابية على قطاع الضيافة. كما تشير الإحصاءات الأخيرة إلى تنامي أعداد النزلاء في الفندق مقارنة بالفترة الماضية، آملين في الحفاظ على استقرار هذه المعدلات.

نتني على الجهود المبذولة

■ كيف تصفون الدور الذي تلعبه هيئة السياحة في دعم القطاع الفندقي؟

– نحن في تواصل مستمر مع هيئة السياحة بهدف التعاون معاً في الكثير من المناسبات والفاعليات للتسويق للمملكة، والتعريف بالفنادق وما تقدمه من مزايا وعروض. وهذا التعاون الوثيق يعزز فرص النمو ويستقطب مزيداً من السياح. كما نود في هذه المناسبة أن نتني على الجهود المبذولة التي تساعد في جعل السعودية مقصداً سياحياً بارزاً.

إقامة مريحة في قلب الرياض

فندق حياة بلايس الرياض السليمانية




HYATT
PLACE

Riyadh Al Sulaimania

أمنة حمدي

(مديرة التسويق في فندق بارك حياة – جدة (PARK HYATT - JEDDAH)؛



قطاع السياحة السعودي ينمو بخطى سريعة

تجاور فندق بارك حياة جدة PARK HYATT-JEDDAH حدائق جميلة ترسم مشهداً طبيعياً يسوده الهدوء والإحساس بالاسترخاء، ويتصل بكورنيش جدة على مدى طوله بإطلالته عليه، مانحاً الزائر فرصة التمتع بمناظر طبيعية خلابة. وتتكامل هذه الميزات مع التصنيف الذي يحمله وهو من فئة ٥ نجوم، ما يجعله مقصداً فاخراً واستثنائياً للراحة.

وتحرص مجموعة حياة للفنادق على تطبيق مفهوم الاستدامة الذي يشغل حيزاً مهماً في اهتماماتها، وهي تعدّ مشروعاً من مجموعة من المبادرات للحفاظ على البيئة. أما معدّل الإشغال، فهو جيد على مدى أشهر السنة، إذ تضطلع الفعاليات التي تستضيفها مدينة جدة، بدور كبير في استقطاب الزوار في الداخل ومن الخارج. هذا الجذب الذي تحفقه المملكة العربية السعودية يعود وفق ما أعلنت مديرة التسويق في فندق بارك حياة – جدة PARK HYATT-JEDDAH، السيدة أمنة حمدي في مقابلة مع «البيان الاقتصادي»، إلى النمو السريع في قطاع السياحة في مختلف مناطق المملكة، حيث تسجل أعداد الوافدين أرقاماً مرتفعة، مؤكدة أن منظومة السياحة السعودية تواصل جهودها لترسيخ مكانة المملكة على خريطة العالم السياحية، ودفع عجلة النمو في القطاع.

مميزات عديدة تجعل بارك حياة جدة الخيار الأمثل

البيئة والمتمثلة في تركيب محطات لشحن السيارات الكهربائية، إلى جانب إعادة تدوير المخلفات، فضلاً عن تجهيز الفندق بمنتجات صديقة للبيئة، وغيرها من المبادرات الهادفة التي تضطلع بدور بارز في دعم الاستدامة في القطاع الفندقي.

إطلالة ساحرة على الكورنيش

■ ما هي أبرز مميزات فندق بارك حياة جدة؟

– يتميزّ الفندق المصنّف ٥ نجوم بموقع مثالي ومواجه للبحر، ويُعدّ الأول في جدة الذي يتمتع بإطلالة ساحرة على طول كورنيش جدة ونافورة الملك فهد حيث المناظر الطبيعية الخلابة، والتي تجعل من هذا المنتج الفاخر مقصداً استثنائياً للراحة والاسترخاء. كما يضمّ الفندق أفضل المرافق الصحية مع وجود سبا، مسابح داخلية وخارجية وغرف للجلسات العلاجية والتدليك وصفوف لممارسة رياضة اليوغا.

يسجل الفندق أداءً متميزاً ومعدلات إشغال جيدة

■ كيف تصفون معدلات الإشغال؟

– تحافظ فنادق جدة على معدلات إشغال جيدة طيلة العام، لكن نلاحظ في فصل الشتاء زيادة كبيرة في عدد النزلاء مقارنة بموسم الصيف، مدفوعة بمجموعة من الأحداث والفعاليات المختلفة التي تستضيفها مدينة جدة، ما ينعكس إيجاباً على معدلات الإشغال في فندق بارك حياة والفنادق الأخرى. ويسجل الفندق أداءً متميزاً ويوفر مزايا فريدة من نوعها لضيوفه، تميّزه عن الفنادق الأخرى وتجعله الخيار الأمثل للاسترخاء والاستمتاع بالخدمات الفاخرة. ■



■ كيف تقيّمين النشاط السياحي في المملكة العربية السعودية؟

– تشهد السعودية نمواً سريعاً في قطاع السياحة في مختلف مناطقها، حيث تسجل أعداد السياح أرقاماً مرتفعة. كما تواصل منظومة السياحة السعودية جهودها من أجل ترسيخ مكانة المملكة على خريطة العالم السياحية، ودفع عجلة النمو في القطاع، وكذلك التعاون والتكامل مع الشركاء في القطاعين الحكومي والخاص، لتقديم أفضل المبادرات والبرامج السياحية.

أما بالنسبة إلى مدينة جدة فباتت مقصداً سياحياً لنشاطات متعددة بالتزامن مع استضافتها الكثير من الفعاليات والنشاطات، منها سباق فورمولا 1-، ومهرجان البحر الأحمر السينمائي وموسم جدة، ما يعزز السياحة الداخلية والخارجية على حدٍ سواء.

الاستخدام الأمثل للموارد

■ بدأ معظم العلامات التجارية العالمية التوجه نحو السياحة المستدامة، ما هي الخطوات التي اتخذها فندق بارك حياة في هذا الخصوص؟

– تلعب الاستدامة دوراً حيوياً في قطاع الضيافة من خلال الاستخدام الأمثل للموارد، وبالتالي فإن حرص الفنادق للحفاظ على استدامة هذه الموارد يمثل محركاً رئيسياً لجذب السياح في ظل التوجه العالمي نحو التطبيق الأمثل لمعايير الاستدامة على الصعيد كافة.

لطالما شغلت الاستدامة حيزاً بالغاً من اهتمامات مجموعة حياة للفنادق، وها هي اليوم تؤكد على التزامها الراسخ بهذا الشأن، وذلك من خلال تنفيذها مجموعة متنوعة من المبادرات المؤثرة في فنادقها. فنحن اليوم في صدد العمل على مشروع ضخم يضم مجموعة من المبادرات التي من شأنها الحفاظ على

From **THE RHINE** to **THE NILE**



النيل للطيران
Nile Air

www.nileair.com



Michael Goetz

(General Manager - Mövenpick Hotel Jumeirah Beach):

We kept on growing year-on-year despite all the circumstances

The Mövenpick Hotel Jumeirah Beach lies in the heart of one of Dubai's most dynamic and lively seaside districts, Jumeirah Beach Residence. The hotel is located on The Walk and is just a short walk from 'The Beach' mall, which features beachfront shops, restaurants and the UAE's first outdoor cinema. This 5-star hotel is modern, chic and contemporary all in one, featuring lively dining and entertainment options, expansive recreational and modern meeting, conference and banqueting facilities and is only few steps away from the beach of the stunning Arabian Gulf. Ideally situated only a 30-minute drive from Dubai International Airport, it is one of the best addresses for people's stay in Dubai. Al Bayan Magazine met Michael Goetz, General Manager of Mövenpick Hotel Jumeirah Beach on the sidelines of the World Travel Market and conducted the following interview. Below is the Q & A.



• **What is the added value behind your participation at the Arabian Travel Market?**

- We are living in a fast-paced world and the hotel and tourism industry evolves all the time. In addition, new technologies are being developed, representing great opportunities for us hoteliers to enhance the guest experience. To stay ahead of the game and be aware of the newest trends and technologies, it is vital for us to attend leading travel trade fairs and stay connected with key players in the industry.



• **How do you evaluate the hotel's performance during 2023?**

- For the Mövenpick Hotel JBR, 2023 was a year full of successes, records and celebrations.

The hotel has achieved the highest guest quality score in its history and the commercial performance exceeded pre-COVID levels.

Dubai secured the top spot as the best tourist destination in the world for the third consecutive year on Trip Advisor. Notably, our hotel witnessed remarkable double-digit growth in RevPAR. Additionally, we were awarded several significant awards, including the CMO Asia - Middle East Best General Manager (Hospitality), and received the prestigious 'Silver Category Dubai Sustainable Tourism Stamp' at the DST Stamp Award Ceremony. Overall, the year was marked by the attainment of remarkable milestones, accolades, and record-breaking achievements.



• **To what extent are you satisfied with the occupancy rates achieved?**

- To maintain a consistently positive occupancy rate, our strategy revolves around a blend of proactive marketing, exceptional guest experiences, and strategic partnerships. We continuously monitor market trends to optimize pricing, ensuring competitive rates while maximizing revenue. Our commitment to guest satisfaction drives repeat bookings.

Additionally, we leverage data analytics to anticipate demand fluctuations and tailor promotional campaigns accordingly. Collaborating with travel agencies, corporate clients, and online booking platforms strengthens our market presence and diversifies our guest base. By prioritizing service excellence and innovation, we aim to exceed guest expectations and maintain a high occupancy rate year-round.

• **What are your plans for the upcoming months?**

- The year already looks exceptionally promising. Dubai's recent acclaim as the world's premier tourist destination by Trip Advisor signals a remarkable year ahead. We're witnessing a significant rise in leisure travel alongside a notable surge in corporate and MICE segments. The introduction of new destinations in the region adds momentum to Dubai's ongoing success narrative. Guided by the DET strategic plan and bolstered by a substantial uptick in flights to Dubai, STR forecasts a 5% increase in demand for 2024. This sets the stage for another year of milestones and festivities at the Mövenpick Hotel JBR.



Maldives
**Halal
Travel**

100% Muslim Country •

Halal Food •

Female Butlers •


Private Pool/Villas •

• Safety & Security Assured

• Mosque in every Island

• One Island, One Hotel

• Muslim Staff

 marketing@maldiveshalaltravel.com

 www.maldiveshalaltravel.com



@maldiveshalaltravel



أندريه سعادته (المدير العام لفندق كراون بلازا الرياض - المنهل):

السياحة تحقق طفرة غير مسبوقة في المملكة العربية السعودية

أثبت فندق ومركز مؤتمرات كراون بلازا الرياض - المنهل، مكانته ليكون ملائماً للمسافرين من رجال وسيدات الأعمال. ويتميز موقعه في قلب عاصمة المملكة، بقصر المسافات المؤدية إلى المعالم السياحية وإلى الأماكن التي تتوافر فيها النشاطات المتنوعة. وفي سبيل الحفاظ على البيئة، أكد المدير العام لفندق كراون بلازا الرياض - المنهل السيد أندريه سعادته في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، إطلاق الفندق لمجموعة من المبادرات لتعزيز الاستدامة. ورأى أن جهود المملكة لتنمية قطاعات كثيرة منها السياحة، أثمرت نتائج إيجابية تمثلت في زيادة النشاط الفندقي.

"THE 3Rs CONSERVATION PROGRAM"

■ ما هي الخطوات التي يتم اتخاذها لتعزيز الاستدامة الكاملة داخل المنشأة؟
- أطلق فندق كراون بلازا المنهل مجموعة من المبادرات يأتي في مقدمها ما يسمى باللغة الإنكليزية "THE 3Rs CONSERVATION PROGRAM" أو برنامج الـ"R" الثلاثة (REDUCE, REUSE, RECYCLE)،

والذي يتم تطبيقه على مستويات عدة، منها اتباع آليات للتخفيف من هدر الطعام واستخدام معدات متطورة جداً لتحويل الأطعمة إلى أسمدة توضع في الأحواض الزراعية الموجودة داخل الفندق، فضلاً عن الكثير من المبادرات لتعزيز الاستدامة والحفاظ على البيئة.

أرقام إيجابية ومعدلات إشغال جيدة

■ كيف تصفون معدلات الإشغال في الفندق؟

- تحاكي الأرقام المحققة الأهداف الموضوعه، مع الإشارة إلى أن القطاع الفندقي يسجل أرقاماً إيجابية ومعدلات إشغال جيدة، بفعل تنامي الطلب وزيادة أعداد الزوار للعاصمة الرياض. ■

البيان ■ كيف تقيّمون القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية خلال المرحلة الماضية؟

- حققت السياحة في المملكة العربية السعودية مع مرور الوقت طفرة غير مسبوقة مع ازدياد عدد السياح الوافدين إلى المملكة، كما تستضيف البلاد مجموعة من الجنسيات الجديدة لأغراض متعددة سواء سياحة الأعمال أو الترفيه أو المؤتمرات، إلى جانب السياحة الدينية التي اشتهرت بها المملكة منذ عقود.

وتبذل المملكة العربية السعودية جهوداً ضخمة لتنمية قطاعات كثيرة، من ضمنها السياحة كجزء من محاولة لجذب مزيد من الزوار. وقد أثمرت هذه



الجهود نتائج إيجابية أسفر عنها زيادة في النشاط الفندقي مقارنة بالسنوات الماضية، وهذا من شأنه مساعدة كل الفنادق وكراون بلازا المنهل تحديداً لابتكار خدمات جديدة، ترقى إلى مستوى ثقافات النزلاء وتقاليدهم المتنوعة. ونحن في طور العمل المستمر على ضمان تجربة فريدة من نوعها لجميع نزلاء الفندق، بما يليب طموحاتهم ومتطلباتهم.

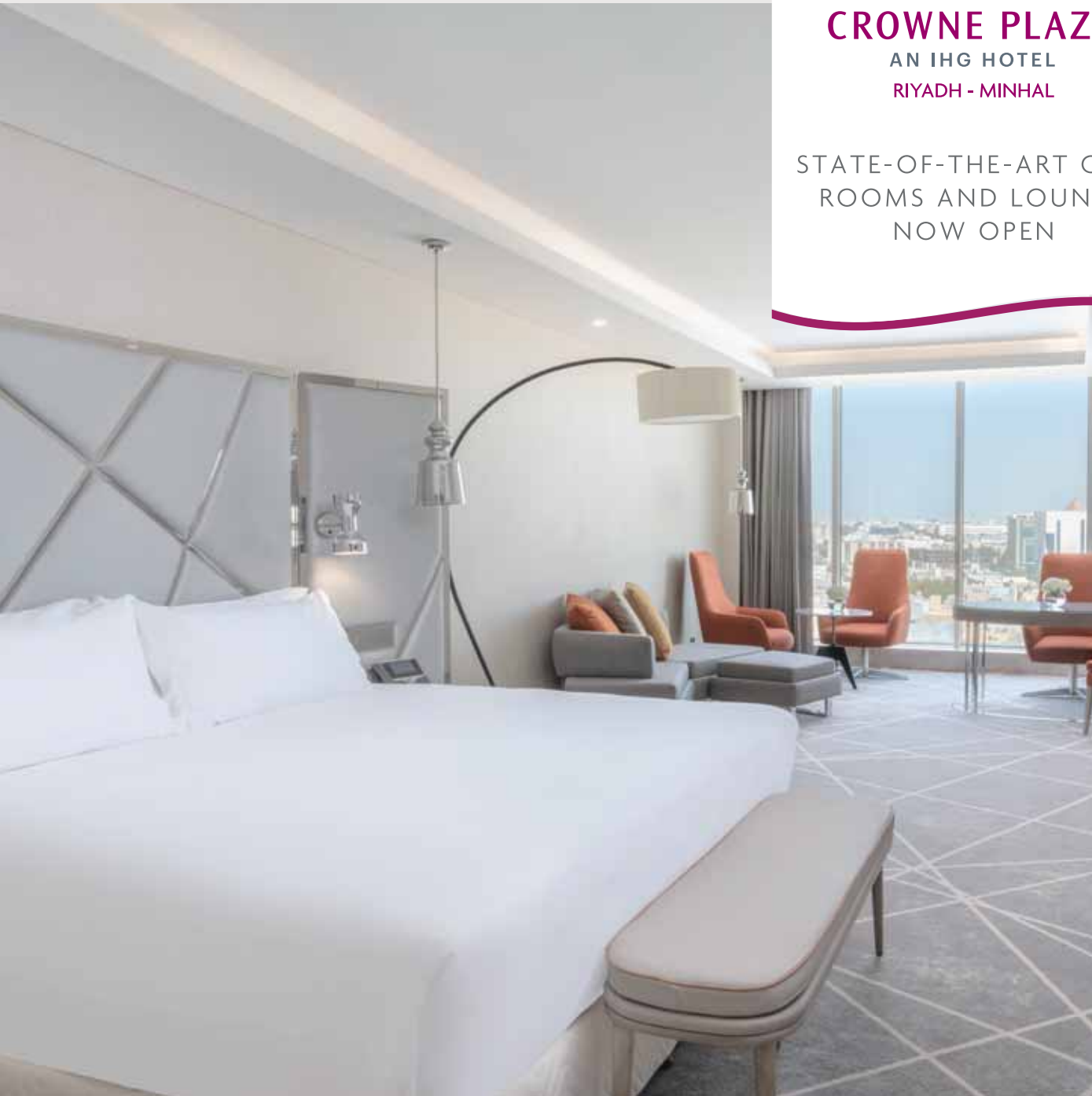


CROWNE PLAZA®

AN IHG HOTEL

RIYADH - MINHAL

STATE-OF-THE-ART CLUB
ROOMS AND LOUNGE
NOW OPEN



STEP INTO LUXURY

World Travel Awards 2024

Saudi Arabia's Best Business and Conference Hotel nominee

Business Traveller Awards 2024

Best Business Hotel in Riyadh nominee

LUXE Global Awards 2024

Best Premium Business Hotel nominee

Best Premium City Hotel nominee

Best Luxury Hotel and Conference Center nominee

Discover our freshly unveiled Club Rooms and Suites, complemented by the state-of-the-art Club Lounge, setting a new standard for luxury in Riyadh

CROWNE PLAZA® RIYADH MINHAL Hotel And Convention Center

King Abdulaziz Road, PO Box 17058, Riyadh, 11484, Kingdom of Saudi Arabia

Phone / WhatsApp: +966 11 874 9200, Email: cpminhal@ihg.com

www.crowneplaza.com/riyadh

[@](#) [f](#) [in](#) [@](#)crowneplazaminhal

فهد العبيدان (الرئيس التنفيذي لمجموعة الحكير):

نولي أهمية كبيرة للتوافق مع الاستراتيجية الوطنية للسياحة والاستدامة الاقتصادية



أنطوان زخور يحاور الرئيس التنفيذي لمجموعة الحكير

بدأت قصة مجموعة «الحكير» في المملكة العربية السعودية بشراء حديقة عام ١٩٧٨ وتطويرها إلى ملاذ ترفيهي، مُشكّلة الخطوة الأولى على مسار طويل سلكته المجموعة وأوصلها إلى ما تمثّله اليوم من ريادة ودور ونموذج في عالم السياحة والترفيه في المملكة العربية السعودية والخليج والشرق الأوسط.

لم تتوقف المجموعة عند الاستثمار في السياحة والترفيه، بل تمدّدت توظيفاتها في شريان القطاعات الرئيسي وهو السياحة، فأصبح من ضمن اهتماماتها التدريب والتأهيل لتمكين الشباب السعودي تحديداً من الدخول إلى سوق السياحة من أوسع أبوابه. كما أنشأت شركات مزودة بمعظم المواد التي يتطلبها هذا القطاع.

وبانت مجموعة الحكير اليوم من الأبرز في الشرق الأوسط لجهة استقطاب الزوار، إذ تقدم خدماتها لما يزيد على ٨ ملايين زائر سنوياً، وهي تستثمر في ٢٣ شركة تتفاوت نسب تملكها فيها، وتتخصص في قطاعات متنوعة.

وأعلن الرئيس التنفيذي لمجموعة الحكير السيد فهد العبيدان في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، أن المجموعة من الشركات السعودية الأوائل التي دخلت قطاع الضيافة، لافتاً إلى حضورها البارز على المستويين المحلي والإقليمي.

وقال نحاول أيضاً المزج بين سياحتي الترفيه والأعمال لجذب أكبر عدد من الضيوف، مؤكداً أن خططنا المستقبلية تركز على جعل عملياتنا أكثر فعالية، وتحقيق معدلات نمو أكبر في القطاعات التي تنتج عائدات مربحة على المدى القصير.

مجموعة الحكير من الشركات السعودية الأوائل التي دخلت قطاع الضيافة

مختلف مقدمي الخدمات الفندقية وشركات السياحة والسفر. وتأتي مشاركتنا هذا العام، ضمن جناح الهيئة السعودية للسياحة بصفتنا إحدى الشركات الرائدة في صناعة الضيافة داخل المملكة وخارجها، إلى جانب الاستفادة من هذه الفرصة لتوقيع الاتفاقيات وعقد شراكات مع عدد من الجهات الإقليمية والعالمية.

توسع انتشارنا في مدن مختلفة داخل المملكة

■ كيف تحافظون على نسب إشغال مرتفعة؟

– لمجموعة الحكير حضور بارز على المستويين المحلي والإقليمي، كما أن انتشار فنادقنا في مدن مختلفة داخل المملكة يعزز قدرتنا على تحقيق نسب إشغال مرتفعة، والاستفادة من الفعاليات والنشاطات المتنوعة التي تُنظم في الأماكن التي نتواجد فيها. ونحاول أيضاً المزج بين سياحتي الترفيه والأعمال لجذب أكبر عدد من الضيوف، ما ساهم في

ترسيخ حضورنا داخل الدولة وتعزيز دورنا في عالم الضيافة.

■ ما هي خططكم المستقبلية؟

– تركز خططنا المستقبلية على دعم عملياتنا وجعلها أكثر فعالية، إضافة إلى تحقيق معدلات نمو أكبر في القطاعات التي تنتج عائدات مربحة على المدى القصير. ■



■ يسلم معرض سوق السفر العربي ٢٠٢٤ الضوء في هذه النسخة على السياحة المستدامة. ماذا تقدم مجموعة الحكير في هذا الخصوص؟

– تُعدّ مجموعة الحكير من الشركات السعودية الأوائل التي دخلت قطاع الضيافة، وبدأت الاستثمار في هذا المجال عام ١٩٨٨. وينضوي تحت مجموعة عبد المحسن الحكير للسياحة والتنمية، حوالي ٢٣ فندقاً وما يزيد على ثلاثة آلاف غرفة فندقية، فضلاً عن الخبرة الكبيرة في صناعة الترفيه والمراكز الترفيهية والسياحية المنتشرة في كل من المملكة العربية السعودية والإمارات ومصر.

وبالتزامن مع مشاريعنا التوسعية في قطاع الفنادق، نولي أهمية كبيرة للتوافق مع الاستراتيجية الوطنية للسياحة والاستدامة الاقتصادية، من

حيث المواءمة مع الفعاليات والإجراءات المحلية، والتكامل مع شركائنا من العلامات التجارية المختلفة، ومن المتوقع إحداث نقلة نوعية في هذا الجانب في المدى المنظور.

منصة للتلاقي

■ ما القيمة المضافة من مشاركتكم ضمن فعاليات المعرض؟

– يمثل معرض سوق السفر العربي منصة للتلاقي بين

استثمر في السعودية

**INVEST
SAUDI** 



EXPLORERS WANTED.

Saudi Arabia is one of the last undiscovered travel destinations, full of cultural riches and breathtaking scenery. There's never been a better time to invest in the future.

NOW IS THE TIME

Amir Golbarg

(Senior Vice President India, Middle East & Africa- Minor International):

We need to evolve with the local talents & invest in institutes focusing on hospitality management

Since its inception, Minor International strived to be a leader in delivering exceptional experiences that anticipate and satisfy customers' aspirations and positively impact stakeholders. It has always generated endless possibilities through its passion and tenacity for achieving results beyond what is expected. Minor International's culture is one of mutually understood shared goals and commitment, and the flexibility to adapt with emerging situations to keep ahead of the competition. Amir Golbarg, Senior Vice President India, Middle East & Africa at Minor International, is a highly driven individual with vast international experience, having lived and worked in over 10 Countries and worked with over a 100 nationalities and cultures within his tenure. His ambition and passion for excellence has always been the key to his success and ensuring the development of his team members to create mutual win-win for his associates, organization, owners and personal growth. Al Bayan Magazine met Mr. Golbarg during the Arabian Travel Market and conducted the following interview.



“We focus on providing better services rather than achieving full occupancy”

• To what extent are you focusing on sustainability at Minor International?

- At Minor Hotels, we are dedicated to sustainable development and corporate responsibility. Minor's Sustainability Strategy aligns business priorities with ethical imperatives to drive progress towards our vision to be a leader in delivering sustainable performance that creates positive impacts for our stakeholders and the environment. Our sustainability strategy has received endorsement from our Board of Directors. It serves as framework, guiding our efforts that are aligned with best practices and the latest climate science. Each year we conduct a strategy review that analyze both prevailing and emerging global sustainability trends, potential impacts and opportunities, and risk management needs. This forward-looking assessment informs sustainability goals setting, strategic direction and initiatives across the company. Through on-going stakeholders' engagement and Double Materiality Analysis, we have developed our sustainability strategy centered around three areas of impact: people potential, natural capital, and responsible business. We are dedicated to creating inclusive and equitable workplaces that prioritize career and self-development, as well as safety and well-being, thereby strengthening our team members — the driving force of our growth. In regions where we operate, we strive to generate jobs, engage in local sourcing, and offer education and training opportunities to empower communities. Our goal is to extend opportunities to communities where we operate. We also pledge to become net zero by 2050. We have implemented integrated strategies to conserve resources, reduce emissions and waste, and protect biodiversity across our operations and supply chains. In addition, we are committed to best-in-class corporate governance, integrity, and transparency. Working with our suppliers and business partners, we drive accountability to protect human rights and support climate actions to create lasting impacts across our markets. Thus, sustainability is at the core of our DNA as we have established, since our inception, in-depth policies, procedures and initiatives with respect to water conservation, energy conservation, waste management, health and safety, quality and social culture. Overall, we are committed to creating luxury travel experiences that also benefit the environment and local communities.

• Do you have any expansion plans?

- As the regions are growing and a lot of things happening across various countries from the incredible Saudi Arabia's Vision to the Dubai Economic Agenda D33 which encompasses 100 transformational projects, each designed to catalyze growth and propel Dubai into the forefront of global innovation, we have realized that instead of focusing everything put of Dubai, we will be implementing another approach based on expanding regionally. We have opened an office in Riyadh with a team there focusing on the Saudi market and we have a team based in Dubai which is our core market at the moment. We have also opened an office in Bangalore, India and another one in Johannesburg in South Africa. From our perspective, as much as we want to globalize, it is time now to localize. In that sense, we have opened two new hotels in UAE under Anantara flagship, one is Anantara Mina Al Arab Ras Al Khaimah Resort and

the second is Anantara Santorini Abu Dhabi retreat. This 22-key retreat provides a unique boutique escape from the city, including the option for exclusive use buy-outs. It is located in Ghantoot, an unspoiled enclave of coast approximately halfway between Dubai and Abu Dhabi. Furthermore, we have announced a strategic addition to our pipeline in the UAE—a new resort and residences in Sharjah.

Positioned along the picturesque coastline of the Arabian Gulf and just a 30-minute drive from Dubai International Airport, the Anantara Sharjah Resort and Anantara Sharjah Residences are set to open in late 2027. The new-build resort and residence complex is located on the north-eastern edge of Sharjah's Al Heerah Beach, a popular tourist destination with 3.5 kilometres of beachfront. With striking architecture, including a signature gateway designed to show the path of the sun, the property will feature 110 generously-sized guest rooms and suites, ranging from 45 to 120 square metres, with expansive penthouse suites finished in luxury materials on higher floors. In response to the burgeoning demand for branded residences, the development will also include 128 one- to four-bedroom residential units for sale, the four-bedroom penthouses complete with rooftop pools, and all with private balconies and furnishings marked by high-end design, signature touches and finishes in line with the Anantara brand. Thus, we are entering every emirate of the UAE. With respect to Saudi Arabia, we will be opening three new Anantara hotels including Anantara Trojena Resort which will bring distinctive luxury to the lakeside shores of NEOM. The resort is planned to complete and welcome visitors and new residents in late 2026 and will host the Asian Winter Games in 2029.

• Are you facing difficulties in finding local talents?

- On the contrary, Saudi Arabia is pushing a lot to support the local Saudis. It is very important that we evolve hand in hand. We have established the Asian Institute of Hospitality Management in academic association with Les Roches Global Hospitality Education in Bangkok and Chonburi in Thailand. The institute is poised to become the leading hospitality education facility in Southeast Asia, offering certificates, diplomas and bachelor degrees in hospitality management in academic association with Les Roches which follows the exceptional Swiss model of education and operates under the umbrella of Sommet Education, a hospitality education leader committed to delivering exceptional student experiences and developing the leaders of tomorrow. Thus, now it is the time to start focusing on the next ten to twenty years of the industry and building local talent pools. We need to evolve with the local talents and invest in institutes focusing on hospitality management.

• Are you satisfied from your occupancy rates?

- We are extremely satisfied with the rates as well as the RevPAR and TRevPAR. Nevertheless, for us occupancy is secondary. We want to focus on the RevPAR and TRevPAR so it is rather to have less guests but better services than achieving full occupancy at the hotel and not being able to deliver, noting that we have seen significant growth in the RevPAR and TRevPAR in the past three years and we started 2024 with a record quarter.

ترافق تطورك.

الفئة E الجديدة.



Mercedes-Benz





هازم عواد (مدير إدارة المبيعات والترفيه في الشرق الأوسط)

ونانسي دكاش (المديرة التجارية)

(فندق متروبول لندن HILTON LONDON METROPOLE):

نلتزم الاستدامة بتطبيق معاييرها

يبعد فندق HILTON LONDON METROPOLE في وسط لندن، أقل من ميل من هايد بارك ومحطة بادنغتون، فيما يمكن الوصول إلى مطار هيثرو (LHR) خلال ١٥ دقيقة بواسطة خط قطار هيثرو إكسبرس.

يتكوّن الفندق من ١١٠٠ غرفة تتنوّع بين الأجنحة والغرف الفاخرة تتميز بلمسات عصرية، والأهم أن أي واحدة منها لا تحجب رؤية أفق لندن. وعُدّد مدير إدارة المبيعات والترفيه في الشرق الأوسط والمديرة التجارية نانسي دكاش في فندق هيلتون متروبول لندن HILTON LONDON METROPOLE السيد هازم عواد في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، الإجراءات التي يطبّقها الفندق التزاماً بمعايير الاستدامة، باستخدام منتجات مُعاد تدويرها، واختيار أماكن قريبة من الفندق لطلب البضائع، والتبرّع ببقايا الطعام إلى جمعيات خيرية.

« وجودنا تحت مظلة هيلتون قيمة مضافة للفندق »

كما يتمّ التبرّع ببقايا الطعام إلى جمعيات خيرية. ويوفّر الفندق ميزة فريدة تتمثل بإمكانية استئجار مظلة في مقابل مبلغ مادي، يعود ريعه إلى جمعية متخصصة في زرع الأشجار، فضلاً عن مبادرات أخرى تهدف إلى الحفاظ على البيئة.

وعلى مستوى الابتكار، نتيح للنزلاء ميزة تسجيل الدخول إلكترونياً "ONLINE CHECK IN" وحجز الغرف. ■ ما القيمة المضافة من وجودكم تحت مظلة علامة هيلتون العالمية للتسويق للفندق؟

– وجودنا تحت مظلة هيلتون قيمة مضافة للفندق، تعزز موقعه وحجم الاقبال، كما تلعب دوراً في عملية التسويق.

توفير الدعم الكامل للفنادق

■ ما هو دور الجهات السياحية في الدولة لدعم القطاع الفندقي؟

– يتمثل دور هذه الجهات بتوفير الدعم الكامل للفنادق والتسويق للدولة في المعارض والمنتديات العالمية، ما يساهم في زيادة حجم الاقبال ومعدلات الإشغال في السوق البريطانية. ■



■ كيف تقيّمون النشاط السياحي في السوق البريطانية؟

– نلاحظ حركة سياحية ناشطة بعد عودة الأمور إلى طبيعتها واستئناف الرحلات والجولات السياحية، وتحديدًا خلال موسم الصيف الذي يمثل أكثر فترة من العام لتنظيم الرحلات واستكشاف وجهات سياحية جديدة. وهذه الفترة تنعش القطاع الفندقي وترفع معدلات الإشغال. مع الإشارة إلى أن مدينة لندن تجذب السياح من مختلف دول العالم، لما توفره من معالم سياحية وثقافية وتراثية.

متروبول لندن من أكثر الفنادق التزاماً بمعايير الاستدامة

■ سلّط معرض سوق السفر العربي الضوء على الابتكار والاستدامة في القطاع السياحي، ما هي الخطوات التي يتبناها الفندق؟

– يُعدّ فندق متروبول لندن من أكثر الفنادق التزاماً بمعايير الاستدامة، حيث نحرص على استخدام منتجات مُعاد تدويرها، واختيار أماكن قريبة من الفندق لطلب البضائع والمنتجات والأطعمة،

هيلتون لندن متروبول يعين نانسي دكاش مديرة تجارية



نانسي دكاش



بيل فيشر

عيّن فندق هيلتون لندن متروبول نانسي دكاش مديرة تجارية جديدة للمنشأة، التزاماً منه بتلبية متطلبات الضيوف المسافرين من دول مجلس التعاون الخليجي حيث ستجلب نانسي خبرتها الممتدة على مدار ١٥ سنة في قطاع الضيافة والفنادق في السوق المحلية لدول مجلس التعاون الخليجي من خلال خبرتها السابقة كمدير تجاري للمجموعة في فندق هيلتون أبوظبي ياس ودبليو بي أبوظبي كوريو كوليكتشن باي هيلتون، ودبل تري باي هيلتون أبوظبي جزيرة ياس ريزيدنسيز، كما شغلت مؤخراً منصب مديرة إيرادات إقليمية أولى في فنادق هيلتون شبه الجزيرة العربية وتركيا.

ومع تمتعها بتسع سنوات من الخدمة المتفانية في مجموعة هيلتون

في دولة الإمارات العربية المتحدة، ستجلب نانسي خبرتها ومهاراتها الاستثنائية في المنشأة، مع وجود عدد كبير من المسافرين من دول مجلس التعاون الخليجي ينتقلون للإقامة بشكل أساسي في لندن وفقاً لبيانات VISIT BRITAIN لعام ٢٠٢٣.

وعلق بيل فيشر، المدير العام لهيلتون لندن متروبول على قرار التعيين الجديد قائلاً: «إن خبرة نانسي في دول مجلس التعاون الخليجي بالإضافة إلى صفاتها القيادية تجعلها إضافة مميزة لفريق هيلتون لندن متروبول، باعتبار أن الشرق الأوسط يعد سوقاً مهمة بالنسبة إلينا، ونحن على ثقة من أن مساهماتها ستسهم بفعالية بنجاح الفندق».

وعبرت نانسي دكاش عن حماسها بتوظيف معرفتها وخبرتها الواسعة بدول مجلس التعاون الخليجي، ومواصلة تعزيز مكانة هيلتون في لندن في تلبية متطلبات الضيوف المسافرين من دول مجلس التعاون الخليجي.

يذكر أن هيلتون لندن متروبول عمل مؤخراً على تجديد شامل بقيمة عدة ملايين من الجنيهات الاسترلينية والتي تم الانتهاء منها في يونيو ٢٠٢٣، حيث يوفر بجلته الجديدة تكوينات متعددة من الأجنحة والغرف، بالإضافة إلى مساحات أكبر تلبي احتياجات العائلات الكبيرة ومجموعات الجيل الجديد، وخيارات واسعة من الأطعمة والمشروبات الحلال وغرف الصلاة. ويمزج بين جميع عناصر البوتيك التي إعدت مع المزايا الملكية واسعة النطاق بما في ذلك خدمة الغرف على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع ومركز اللياقة البدنية المتطور، ويضم ١٦ جناحاً ملكياً وأربعة أجنحة وشقة بنتهاوس مكونة من ثلاثة أسرة توفر إطلالات مميزة على لندن.

كما يقع هيلتون لندن على موقع استراتيجي على مقربة من أبرز الوجهات السياحية في لندن بما فيها برج لندن، قصر كنغيستون، ومتحف مدام توسو في لندن، وسوق بورتوبيلو رود، وماربل ارتش، بالإضافة إلى المتاجر والمطاعم الفاخرة.

ويستحدث أجنحة عائلية ملبياً تطلعات الزوار من دول مجلس التعاون الخليجي



رحّب فندق هيلتون لندن متروبول بالضيوف الآتين من دول مجلس التعاون الخليجي، مستحدثاً أجنحة عائلية جديدة مكوّنة من غرفتي نوم ومزوّدة بوسائل راحة تلبي رغبات جميع الضيوف، وذلك في ضوء ارتفاع الحجوزات في الصيف وتسجيل أكثر من ٦٥٪ من الحجوزات الصيفية عام ٢٠٢٣ من الضيوف من دول مجلس التعاون الخليجي، ما يعكس شعبية الفندق المتزايدة بين المسافرين من منطقة الشرق الأوسط.

ويأتي الإعلان، بعد التصويت للفندق كأفضل فندق عائلي في المملكة المتحدة، في حفل توزيع جوائز السفر الدولية لعام ٢٠٢٣، وعملية التجديد الشاملة التي نقّدها الفندق العام الماضي، بكلفة ملايين الجنيهات الاسترلينية. ولحظت عملية التحديث، تطوير المرافق لتناسب احتياجات

المسافرين من دول مجلس التعاون الخليجي، وشملت فئة من غرف النوم الجديدة، وثلاثة أجنحة دولوكس بحجم ملكي وغرفة نوم واحدة، و١٣ جناحاً تنفيذياً بحجم ملكي وغرفة نوم واحدة، وبنتهاوس مدهل مكوّن من ثلاث غرف نوم مع إطلالات خلابة على أفق لندن.

وقال المدير العام لفندق هيلتون لندن متروبول بيل فيشر، «يسعدنا توسيع عروضنا التي تركز على العائلات لتلبية احتياجات ضيوفنا من دول مجلس التعاون الخليجي في شكل أفضل، والذين شكلوا أكثر من نصف حجوزات الصيف لدينا العام الماضي». وأكد التزام توفير تجربة منزلية مريحة للضيوف الآتين إلى لندن، ومنهم تجربة راحة تشعرهم في منزلهم، وذلك من خلال أجنحتنا العائلية بغرفتي النوم والمزودة بكل وسائل الراحة، وتلبي كل احتياجات الضيوف، بما في ذلك غرفة الصلاة وقوائم الطعام الحلال المختارة، والأطباق الأصلية المستوحاة من الشرق الأوسط».

Lorenzo Vivaldelli

(Business Development Manager – Parklane):

Being part of Marriott helps us in maintaining quite stable high level of occupancies

Lorenzo Vivaldelli, Business Development Manager at Parklane, a Luxury Collection Resort & Spa, brings experience from previous roles at Starwood Hotels & Resorts Worldwide. He holds a Master's degree in Tourism and Travel Services Management from Università Commerciale 'Luigi Bocconi'. With a robust skill set that includes fast learner, pricing, hospitality industry and more, Mr. Vivaldelli contributes valuable insights to the industry. When in Dubai covering the Arabian Travel Market, Al Bayan Magazine met Mr. Vivaldelli on the sidelines of the event and conducted the following interview. Below is the Q & A.



“Parklane redefines the art of living while retaining the historic resonance of Cyprus”

• **The main theme for ATM 2024 is “Empowering Innovation – Transforming Travel Through Entrepreneurship”. How are you contributing to achieving this goal?**

- I believe that our hotel in Cyprus is empowering innovation through cooperating with international luxury brands. Guests can elevate their passion for fashion at Parklane Resort & Spa. The Retail Village at Namos Limassol within Parklane is a premier destination for fashion lovers where guests can immerse themselves in the allure of high-end monobrand boutiques, such as Dior womenswear & menswear, Loro Piana, Loewe and Off-White, where elegance meets luxury in a world-class shopping ambiance. They can also treat themselves to a unique retail experience at our exclusive Fashion Gallery, conveniently situated just off the main lobby, and discover our four exquisite boutiques-First, Splash, Cara and Mare e Sabbia-offering a curated selection of designer brands and exclusive products. In addition, guests can indulge their senses in authentic local cuisine (the authentic local cuisine is not our strength, could we instead mention the vibrant lifestyle culinary experience at Namos Limassol and at La Petit Maison Limassol), exceptional Mediterranean fusion or delectable homemade delights at one of our six iconic fine dining restaurants. Our 3,000 sqm Kalloni Spa is also dedicated to pampering the body and mind, restoring spiritual balance and harmony and revitalizing all senses with the most effective result driven treatments. Moreover, the Explorers Kids Club at Parklane is one of Europe's biggest kid's clubs with approximately 3000m2 of adventurous and enjoyable facilities. Open daily all year round, it has been styled to offer an adventurous and enjoyable place for children up to 12-years-old.

• **How do you assess the performance of the hospitality sector?**

- Finally, we are back to normality after the Covid-19 situation that impacted all over the world. No doubt that unfortunately some wars are happening in certain parts of the world and the macroeconomic situation is never stable; yet, in Cyprus and in Parklane specifically we see quite a good demand and a constant good flow of tourists from all over the world. Therefore, we are very optimistic about the future of the industry especially that everybody wants to keep on traveling.



• **In your opinion, what measures can be taken to make travel more sustainable?**

- Sustainability is a big challenge for every hotel nowadays. I believe there are many ways to make hotels more sustainable among which are avoiding the usage of plastic and using local food by using onsite or local farms; thus, adopting and supporting the “Zero Kilometer” food trend and reducing transportation emissions.

• **What strategies do you employ to maintain consistently high occupancy rates?**

- We are part of Marriott International, of The Luxury Collection brand and part of the biggest loyalty program in the world “Marriott Bonvoy”, so this helps us a lot in maintaining quite stable high level of occupancies.

• **What are the main features and characteristics of Parklane?**

- Parklane, a Luxury Collection Resort and Spa, Limassol, is a 5 star hotel guarded by palm trees and snuggled by the Mediterranean Sea. It captures the essence of the Cypriot distinctive hospitality and the cosmopolitan aura of the island. Guests can experience our Cyprus resort's unparalleled combination leading to a transformative journey in which children are inspired by local myths, parents are enticed by fine local aromas and culinary arts, and friends or single travelers are mesmerized by the island's alluring lifestyle. They can also discover our luxury hotel's collection of 222 rooms, 34 suites & 18 villas designed by Harrods Interiors and decorated with art pieces by Atelier 27 Paris, be transformed at the award-winning Kalloni Spa, relax in

the enticing breeze of a secluded Blue Flag beach, or unwind in one of the three dazzling swimming pools. Moreover, they can live an exquisite gastronomic and lifestyle journey, with six restaurants and bars, highlighted by the renowned NAMMOS and LPM Limassol. Overall, Parklane has been reimagined to offer a beachside, lifestyle destination. It is a multidimensional setting that is both immersive and personalized, redefining the art of living while retaining the historic resonance of Cyprus.



PARKLANE
RESORT & SPA
LIMASSOL

ESCAPE THE ORDINARY

Step into a world of exclusivity and discover "The Bespoke Collection". Designed for those who seek the epitome of luxury, "The Bespoke Collection" offers a tailored experience that goes beyond the ordinary. Immerse yourself in unparalleled benefits, exquisite amenities, and personalised services meticulously crafted to cater to the most discerning of travellers.

The experience is available exclusively to guests booking our top-tier villas and suites.

PLEASE CALL +357 25 862 410 OR VISIT PARKLANECYPRUS.COM

THE
LUXURY
COLLECTION®



كريستيان خوري (المدير العام لفندق (THE RITZ - CARLTON DIFC DUBAI):



نؤمن في توفير تجربة لا يجدها الضيوف في فندق آخر

يتصل فندق الريتز كارلتون في مركز دبي المالي العالمي، عبر ممر The Gate بقلب المركز النابض بالحياة، ويبعد عن المعالم الثقافية والتجارية في الإمارة مسافة لا يتعدى زمن الوصول إليها الدقائق، مثل متحف المستقبل ودبي مول وبرج خليفة ومركز التجارة العالمي.

والى نموذج الرفاهية الراقية الذي يجسده الريتز كارلتون، فقد حقق خطوات متقدمة في اعتماد معايير الاستدامة، مضيفاً خطوة جديدة ولافتة تتمثل بإنشاء مزرعة خاصة بالفندق، تُزرع فيها أشجار الفواكه والخضار العضوية، لاستخدامها في كل أنواع الأطباق، التزاماً منه بالتنمية المستدامة والحفاظ على البيئة. وبشكل كل ذلك، جزءاً رئيسياً من فلسفة علامة الريتز كارلتون المتمثلة بالابتكار المتواصل للارتقاء إلى متطلبات الزوار.

تنسحب كل هذه الميزات في الإدارة والتشغيل المعتمدين من علامة الريتز كارلتون على كل منشآتها، وعزاها المدير العام لفندق THE RITZ - CARLTON DIFC DUBAI السيد كريستيان خوري في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، إلى «إيماننا في توفير تجربة من خلال الخدمات والخصائص المبتكرة والفريدة من نوعها، التي لا يمكن أن يجدها الضيوف في أي فندق آخر». وتحدث عن نسب الإشغال التي حققها الفندق، مع بداية هذه السنة وكانت أعلى من تلك المسجلة خلال الفترة ذاتها من العام الماضي، معتبراً أن ذلك يدل على الطفرة السياحية التي تشهدها إمارة دبي.

معدلات الإشغال إلى مستويات مرتفعة

الالتزام الكامل بالتنمية المستدامة والحفاظ على البيئة

■ في رأيكم، كيف يمكن أن يكون السفر أكثر استدامة؟

– بدأنا منذ قرابة الثلاث سنوات الاستثمار في هذا الجانب، والتوجه نحو تطبيق معايير الاستدامة التي تمثل النهج الذي يقوم عليه الفندق. ومن أبرز المبادرات التي قمنا بها على مدار هذه السنوات، التوقف الكامل عن استخدام العبوات البلاستيكية واستبدالها بتلك الزجاجية، إلى جانب التركيز الكبير على المنتجات المحلية في تحضير الأطباق ولوائح الطعام. ونحن في صدد إنشاء مزرعة خاصة بنا تحتوي على فواكه وخضار عضوية تستخدم في مختلف أنواع الأطباق، حرصاً منا على تقديم تجربة فريدة وصحية للضيوف، وفي الوقت ذاته الالتزام الكامل بالتنمية المستدامة والحفاظ على البيئة.

حزمة من المشاريع الضخمة

■ ما هي خططكم المستقبلية؟

– تدخل في استراتيجيتنا المستقبلية حزمة من المشاريع الضخمة، يأتي في مقدمها افتتاح ٦ مطاعم عالمية داخل الفندق، ويُتوقع أن تفتتح المطاعم الأولين مع نهاية العام الحالي أو بداية عام ٢٠٢٥.

نتائج ممتازة

■ كيف تقيمون نتائج عام ٢٠٢٣؟

– سجلنا العام الماضي نتائج ممتازة، تؤكد التعافي الكامل للقطاع السياحي بعد جائحة «كوفيد-١٩»، وعودة النشاطات والفعاليات على أنواعها إلى طبيعتها. كما لعبت استضافة قمة المناخ دوراً في رفع معدلات الإشغال خلال تلك الفترة. ■

■ الموضوع الرئيسي لمعرض سوق السفر العربي ٢٠٢٤ هو «تمكين الابتكار تحول قطاع السفر من خلال ريادة الأعمال»، ما هو الدور الذي

تقومون به في هذا المجال؟

– يمثل الابتكار جزءاً رئيسياً من فلسفة علامة الريتز كارلتون وحضارتها، التي تحرص على الابتكار المتواصل في مسيرتها، وهذا ينسحب على مختلف الفنادق المنضوية تحت هذه العلامة. ونحن في فندق الريتز كارلتون مركز دبي المالي العالمي في سباق مستمر مع التطور المتسارع، لتقديم خدمات مبتكرة ترتقي إلى طموحات ضيوفنا ورغباتهم لجعلهم مميزين، كوننا نؤمن بتوفير تجربة مليئة بالذكريات التي لا تُنسى من خلال الخدمات والخصائص المبتكرة والفريدة من نوعها، التي لا يمكن أن يجدها الضيوف في أي فندق آخر.

خطوات متسارعة

■ كيف تقيمون قطاع الضيافة لعام ٢٠٢٤؟

– تحقق إمارة دبي خطوات متسارعة في استقطاب الزوار عاماً بعد آخر. ومع بداية عام ٢٠٢٤ حقق الفندق معدلات إشغال أعلى من تلك المسجلة خلال الفترة ذاتها من العام الماضي، وهذا دليل واضح على الطفرة السياحية التي تشهدها الإمارة والمستمرة حتى نهاية هذه السنة، ما يعزز القدرة على تحقيق نتائج إيجابية وتقديم خدمة مميزة للضيوف.

■ كيف تحافظون على نسب إشغال مرتفعة؟

– بلوغ معدلات الإشغال مستويات مرتفعة، مدفوع بالدور البارز لكل من حكومة دبي وهيئة السياحة اللتين تبدلان جهوداً في سبيل التسويق للإمارة، واستقطاب أسواق جديدة لتنويع النشاط السياحي داخل الدولة.



NOBU
RESIDENCES
AL MARJAN ISLAND



*EXPERIENCE LIFE
THE NOBU WAY*

Nestled on the shores of Al Marjan Island, Nobu Residences offers you a unique perspective on island living and to experience life, The Nobu Way.

Life, balanced to perfection.

Kiran Jay Haslam (Chief Marketing Officer - Diriyah):

All projects work cohesively to change people's perception of Saudi Arabia

Throughout his career, Kiran Jay Haslam, Chief Marketing Officer for Diriyah (DGDA), has played a key role in reinventing the world's most powerful luxury brands as well as establishing and branding progressive media platforms in the Middle East. He has been recognized as an influential and powerful public speaker with a creatively disruptive and strategic mind. He has had the privilege to live and work across Australia, South and Central Asia, the Middle East, Latin America, Central Europe, and the United Kingdom. In his current role, Kiran is now working towards reinventing the way in which the world perceives Saudi Arabia by bringing Diriyah, The City of Earth, to life and as a center for heritage and culture, supporting a new way of urban life in a pedestrianized masterplan of the future.

Al Bayan Magazine met Mr. Haslam on the sidelines of the Arabian Travel Market and had the privilege to conduct the following interview.



Antoine Zakhour & Kiran Jay Haslam

“If there is one place that understands the magnificence of being modest, it would be Saudi Arabia”

• **Sustainability is one of the most talked about topics for “Vision 2030” How are you contributing to that?**

- From a sustainability perspective, the objectives for the Kingdom of Saudi Arabia are truly exceptional. The intent to redirect GDP streams is testament to that, but how all the giga projects celebrate future life in Saudi Arabia is inextricable from sustainability. In Diriyah we look at sustainability from a holistic approach i.e. from green-ification, replanting, repopulation and biodiversity. We make sure that it is indigenous first and that we do not have invasive species being utilized for the green-ification. In addition, we designed the city to be pedestrian and not rely on motor vehicles for transportation, and to have a smart city in terms of its layout and master planning as well as utilization of energy and water. All of these things work cohesively to create a sustainability directive. The added component which is unique to Diriyah is the sustainability of the culture, dialect of language, narrative and origin story, so culturally sustainability is also very important. In addition, sourcing local talent is essential. In terms of our hiring, we have a lot of people who are from Diriyah and work in our organization. We are focusing on our community and as a result, sustainability becomes a much bigger goal than just waste management, recycling and energy optimization.



Huge increase in visitation coming to the Kingdom

• **How are the giga projects contributing to supporting tourism in Saudi Arabia?**

- All of the projects work cohesively to change people's perception of Saudi Arabia. Personally, I feel very strongly that if there is one project that truly has the greatest opportunity to change how people perceive Saudi Arabia, it would be Diriyah because it is the birthplace of the Kingdom and the origin story of an agricultural society in Wadi Hanifah. It is a narrative which demonstrates that 265 years ago we had a school for male and female studying in Diriyah and a first treasury building in Diriyah formalizing the utilization of currency across the peninsula. All these things are

very important to change people's perceptions or misconceptions of Saudi Arabia. All the giga projects such as Red Sea, AIUla, and Neom are pushing from an ambition perspective to really change the offering that the world has an opportunity to engage with. We see a huge increase in visitation coming to the Kingdom and just in the last two years we had over two million people coming to our UNESCO World Heritage Site at At-Turaif, and we are seeing more people coming from different parts of the world especially China, Korea, India, Spain, Italy, Germany, France, and Portugal. This visitation is growing more and more, and the widespread visitation is growing as well. All the projects are playing a big role. For instance, AIUla has been doing a lot to attract the French market and this is having an effect on the French visitation coming to Diriyah. If there is

one place that understands the magnificence of being modest, it would be Saudi Arabia. The modesty of its approach is important to this world. It is allowing visitors to come and act as ambassadors when sharing their experience and great moments at Saudi Arabia and encouraging people to come and see the beauty of this country. We are getting a lot more people who are coming from the US and Canada and this is spreading because of word and mouth - as well as because the projects that are being promoted on television, cinemas and print media.

All this is creating the right movement. I think the next three years in Saudi Arabia are really going to be very special because a lot of the infrastructure will be developed to deliver much more compelling and rich story.

Wonderful country

• **Any last word?**

- I invite everyone to come and visit us in Saudi Arabia, and although we can tell them about this wonderful country; they need to see and feel it by themselves. It has become very easy now to visit Saudi Arabia due to what the Minister of Tourism and the teams at the ministry of Tourism and Saudi Tourism Authority have done to create ease of visitation and access, such as the electronic visa system which has made it possible for foreign nationals to apply for a visa from the comfort of their own home.



THE MAGIC OVEN: DELICIOUS FUN ARRIVES IN RIYADH

Forno del Buffone, the latest venture from OAK Group, has burst onto the Riyadh dining scene with its original take on Italian classics.

Located in An-Nakheel, Buffone's playful atmosphere and unique menu have quickly captured the attention of local foodies. Buffone's dishes are anything but ordinary.

From pizza topped with pasta to fried lasagna squares, the restaurant throws tradition out of the window to make room for originality.

Follow us



FORNO DEL BUFFONE

Victor Chalfoun (General Manager – Waldorf Astoria DIFC):

It is essential to rely on exceptional guest experience to drive loyalty and return stays

Throughout his career that spans more than 20 years, Victor Chalfoun, General Manager at Waldorf Astoria DIFC, has always believed that true leadership is not about standing at the forefront, but rather guiding from within, fostering mentorship, and pulling the team forward with encouragement, not fear. At Waldorf Astoria DIFC, the whole team thrives on the diversity of perspectives, bringing forth new ideas and innovative approaches that set them apart in the market. This diversity goes beyond different backgrounds; it is about sharing unified goals and values. In a Q & A with Al Bayan Magazine, Mr. Chalfoun talked about the strategies being employed at Waldorf Astoria DIFC to maintain consistently high occupancy rates, evaluating the performance of the hospitality sector, expressing his point of view regarding the measures that should be taken to make travel more sustainable and highlighting their upcoming plans and initiatives. Following is an extract from the interview.



• **The main theme for ATM 2024 is “Empowering Innovation – Transforming Travel Through Entrepreneurship.” How are you contributing to achieving this goal?**

- At Waldorf Astoria DIFC, we align with ATM 2024's theme by integrating innovation and entrepreneurship into our operations. We leverage advanced technologies such as the key-less Check in experience with Hilton's "digital key" from the comfort of your phone, and Kipsu instant messaging for frictionless communication, to Winnow AI, enhancing guest experience while maintaining a seamless blend of luxury and efficiency. By participating in Hilton's advisory boards and focus groups, I actively champion projects that push the boundaries of sustainable luxury hospitality. This commitment ensures we stay at the forefront of the industry, fostering a culture of continuous innovation and sustainable practices.

• **How do you assess the performance of the hospitality sector?**

- Assessing the hospitality sector's performance in 2024 involves evaluating Team member experience, customer satisfaction and industry financial and market share metrics. As a property, we are blessed to have a great culture that encourages growth and nourishes Team Member engagement. Indeed, we were just awarded the "Commitment to Talent Development" award at the inaugural GM awards organised last month. On the Customer Experience front, we continue to lead across all reputation management platforms; being in top 5 hotels in Dubai on TripAdvisor, scoring 9.4/10 on Booking.com since our opening and leading the city's luxury hotels in overall guest experience scores on platforms like ReviewPro. A leisure travel boom and hybrid work models are driving "bleisure" travel. Sustainability and technological innovations, such as eco-friendly practices and AI-driven guest services, are pivotal. At Waldorf Astoria DIFC, we focus on personalized service and a people-first culture to stay ahead of industry trends and maintain high occupancy rates. Our consistent high ratings on platforms like TripAdvisor and our ability to exceed commercial and financial targets demonstrate robust performance. By considering industry trends and guest feedback, we continuously adapt and improve our services, ensuring outstanding service and positioning us as a leader in the luxury hospitality market.

• **In your opinion, what measures can be taken to make travel more sustainable?**

- At Waldorf Astoria DIFC, we're all about making a positive impact on the environment, and our sustainability efforts reflect that commitment. We've harnessed the power of AI with the Winnow System to keep a close eye on our food waste, contributing to meaningful reductions. Presently, the Winnow System is operational at the Bull and Bear. Moreover, we have introduced an additional machine for monitoring plate waste, specifically as part of our ongoing green breakfast project. Partnering with the Emirates Environmental Group (EEG), we're actively engaged in clean-up activities to support local environmental initiatives. When it comes to guest experience, we've switched from regular plastic to biodegradable materials in our bathroom amenities, demonstrating our dedication to reducing plastic waste. We're also mindful shoppers, choosing seasonality and local sourcing to contribute to biodiversity protection and reduce carbon emissions. During Ramadan, we donated 375 meals and dove into the ReLoop composting program for a greener future. Moreover, we have an active partnership with Fresh on Table to turn coffee grounds into nutrient-rich compost, creating a closed-loop recycling system. Of course, our collaboration with Nespresso ensures that coffee capsules get a second life through recycling. It's all part of our holistic approach to sustainability, where every aspect of our operations counts. There are many other initiatives we are undertaking to stay true to our Travel with Purpose goals.

• **What strategies do you employ to maintain consistently high occupancy rates?**

- To maintain consistently high occupancy rates, it is essential to rely on exceptional guest experience to drive loyalty and return stays. At Waldorf Astoria DIFC, we enjoy a high ratio of repeat guests as we've developed a comprehensive approach that prioritizes exceptional service and thoughtful attention to detail. Our team is dedicated to delivering personalized experiences that anticipate and exceed guest expectations, creating a warm and welcoming atmosphere that feels like home. We continually refine our offerings, including wellness programs and farm-to-table dining options, to stay ahead of trends and provide enriching experiences. Strategic partnerships and targeted marketing efforts help us attract a diverse clientele, while our people-first culture fosters a motivated and aligned team committed to delivering excellence. It's this combination of exceptional service, innovation, and a commitment to guest satisfaction that enables us to maintain high occupancy rates and achieve sustained success in a competitive market.

We will continue our focus on promoting sustainability and supporting our community

• **What are your upcoming plans or initiatives?**

- At Waldorf Astoria DIFC we will continue our focus on enhancing guest experiences, promoting sustainability, and supporting our community. We're thrilled to launch new luxury partnerships designed to offer unparalleled experiences for our guests. Our Cake Boutique and Waqud coffee shop will continue to evolve, emphasizing community engagement and fresh, locally sourced produce.

Sustainability remains at the heart of our initiatives, especially within our spa and wellness programs. We're introducing new eco-friendly practices, reflecting our commitment to innovation and environmental stewardship. Enhancements in our dining offerings include improvements in à la carte breakfast options and themed nights featuring farm-to-table ingredients. These efforts not only delight our guests but also help reduce food waste.

Our commitment to sustainable practices extends to our purchasing decisions, prioritizing seasonality and local sourcing to protect biodiversity and reduce carbon emissions. In partnership with Fresh on Table, we repurpose coffee grounds into nutrient-rich compost, contributing to the circular economy. Our collaboration with Nespresso ensures the recycling of approximately 1,500 coffee capsules each month, turning used capsules into compost and recycled aluminum. We're also excited to introduce the King Grand Corner Suite, offering exclusive amenities like round-trip airport transfers, daily full buffet breakfast or afternoon tea, and complimentary laundry services. This suite combines luxury with extraordinary views, elevating the guest experience. Alongside other family friendly offerings.

Continuing our commitment to environmental social governance, we are expanding our initiatives to give back to society on a larger scale. Our partnerships with the Inclusive Foundation and Evolving Women have enabled us to create inclusive employment opportunities and empower women from underprivileged communities. Additionally, our collaboration with Biz Group Catalyst has provided educational opportunities for children in mining areas in India, enhancing our team's synergy while making a positive impact.

These initiatives reflect our dedication to advancing the hospitality industry, supporting the goals outlined at ATM 2024, and maintaining our position as a leader in luxury hospitality.

الاتباع لا يجعلك أول الواصلين إلى هدفك.
إيرلينج هالاند يرتدي ساعة نافيتايمر.

بريتلينغ
B
BREITLING
1884

140 عامًا من الإبداعات

140 YEARS
OF FIRSTS



Saurabh Tiwari (Area Director – Middle East and CIS - Taj Hotels):

The hospitality industry contributes 12 trillion USD to the global economy

Saurabh Tiwari, Area Director – Middle East and CIS at Taj Hotels, is a seasoned expert in hospitality with an experience of over two decades, working with renowned international brands in dynamic destinations such as London, Mallorca, Ibiza and Dubai. Being a result driven proactive and strategic professional, he is always determined to increase revenue and GOP through his creative approach. With his extensive international experience, Mr. Tiwari has championed the team at Taj Dubai, guiding the hotel to new achievements while embodying the company's core values. Under his stewardship, Taj Dubai has achieved remarkable milestones and earned acclaim for its commitment to excellence. Al Bayan Magazine met Mr. Tiwari during the Arabian Travel Market held in Dubai and conducted the following interview.

• The main theme for ATM 2024 is "Empowering Innovation – Transforming Travel Through Entrepreneurship". How are you contributing to achieving this goal?

As the Area Director of Middle East and CIS, Empowering innovation - transforming travel through entrepreneurship can be both strategic and operational. There are many ways to contribute towards this goal:

1. Fostering a culture of innovation – I have always preferred to promote a culture where all my employees at all levels are encouraged to think creatively and suggest new ideas that can enhance our guest experiences and improve operational efficiencies.
2. Investing in technology – For hotels to be tech savvy, many changes need to be done in terms of innovation, such as automation of rooms, which has already come into play. At Taj Hotels Middle East, we offer contactless services to our guests, to provide seamless check ins, room access and personalized guest interactions.
3. Supporting entrepreneurship – Partnering with tech startups and entrepreneurs to pilot innovative solutions in our hotels. This includes mentorship, funding and providing a platform to test and refine their ideas.
4. Sustainable and ecofriendly practices – At Taj Hotels in the Middle East region, we have implemented energy efficient technologies, such as LED lighting, water saving fixtures, implement water conservation programs, develop comprehensive waste management strategies focused on reducing, reusing and recycling.

• To what extent are you taking the sustainability concept into consideration at your hotel?

- Sustainability is super important today for us as well as for the industry. As citizens of the world, we should be very careful with what we are doing for the environment and about the positive impacts we are taking towards the environment. In the past, guests used to focus on the location, But with the evolving generations, guests have now started

“Paathya is the only way to drive our journey to being among the top travel & tourism economies “

focusing on experiences and today they are looking at what the hotel is doing for the environment, and its positive impact. in terms of single-use plastic policy, water consumption, etc... Nowadays, a majority of the consumers choose the hotel based on its green rating. In respect to us at Taj Dubai, we don't have any single-use plastic and we have a very robust plan called Paathya. Derived from the Sanskrit word for path, paathya means both way and solution. Today, it has become even more important to chart a new tomorrow, one that is more sustainable and inclusive. We believe this is the only way to drive our journey to being among the top travel and tourism economies. The Paathya plan comes in line with our commitment to strengthen our resolve of contributing to the society with an integrated approach towards creating sustainable growth and positive impact. This reaffirms our vision of keeping the community at the heart of business.

• How do you assess the performance of the hospitality sector?

- It is the most exciting industry to be in. The total contribution towards the global economy is USD \$12 trillion and this comes from travel and tourism industry. This industry contributes 11% towards the global GDP. These are some astonishing numbers and I am absolutely flabbergasted with how the industry is evolving. We have been growing from 3 to 5 percent per year globally. Globally speaking, there will be a growth of 6 to 7 percent every year because of the increase in travel compared to previous travel trends.



• What are the main features and characteristics of Taj Dubai?

Taj Dubai offers an ideal point from where to experience the bustling city of Dubai in all its glamorous splendor as it assumes its glittering, late-evening personality. This hotel is only five minutes away from Downtown Dubai, and 15 kilometers from Dubai International Airport. Its luxurious suites offer awe-inspiring views of the world's tallest building, the Burj Khalifa, with the magical dancing fountain. India's rich heritage is woven into all of the hotel's 296 rooms and suites, with traditional influences. Taj Dubai also houses two lavish suites - The Maharaja Suite – inspired by opulent Maharaja palaces in Rajasthan – includes a picturesque roof terrace on the 33rd floor, while the 680-square-metre Presidential Suite, with its fine balance of understated elegance and opulence, occupies the entire 35th floor and boasts its own fitness suite and spa room. Taj Dubai is home to five dining destinations: Bombay Brasserie, famous for contemporary Indian; Miss Tess, for Asian street food; The Eloquent Elephant, for British gastropub fare; MEDA for afternoon tea and cocktails and Treehouse for stylish sundowners. Guests can unwind and rejuvenate at J Wellness Circle, offering treatments inspired by ancient Indian rituals. The hotel also features the expansive Opera Ballroom, state-of-the-art meeting rooms, a fully-equipped fitness centre, concierge service and personalized butler service for its Club Rooms. Overall, Taj Dubai stands as an urban icon in one of the world's most dynamic and exhilarating cities.

اختيار ريكسوس الخليج الدوحة الفندق الشاطئي الرائد في قطر والشرق الأوسط



حصل فندق ريكسوس الخليج الدوحة RIXOS GULF DOHA على جائزتين مرموقتين هما «الفندق الشاطئي الرائد في الشرق الأوسط لعام ٢٠٢٤» و«الفندق الشاطئي الرائد في قطر لعام ٢٠٢٤»، خلال حفل توزيع جوائز السفر العالمية الذي أقيم على هامش معرض سوق السفر العربي ٢٠٢٤.

وبهذه المناسبة، أعرب شريف كاسب، المدير العام للفندق، عن سعادته وفخره بهاتين الجائزتين اللتين هما نتيجة جهود فريق العمل المتفاني والتمكّن والمحترف الذي لا يتوانى عن بذل قصارى جهوده من أجل الإرتقاء بمستوى الخدمات المقدمة، مؤكداً حرصهم دوماً على المشاركة في هذا المعرض السياحي الأضخم على مستوى منطقة الخليج والشرق الأوسط ل طرح الكثير من العروض الخاصة والتميّزة أمام وكلاء السفر والسياحة في قطر ومنطقة الخليج العربية وأوروبا وغيرها من الدول في العالم.

LOEWE

رعدة الأرياءه الطابق الأرضي
دبي مول

تشكيله خريف وشتاء 2022
بعدهة ديفيد سيمز



Saad Al Ghamdi

(Multi-Property General Manager, Marriott Hotel & Marriott Executive Apartments, Al Jaddaf and Marriott Executive Apartments, Dubai Creek):

Marriott Hotel Al Jaddaf delivers a seamless blend of world-class service and local charm

Saad Al Ghamdi boasts an impressive 24-year journey with Marriott International, a testament to his unwavering dedication and transformative leadership. Rising from a security officer to a strategic and visionary Multi-Property General Manager, Mr. Saad has left an indelible mark on the Dubai hospitality scene.

In his current capacity as the Multi-Property General Manager overseeing Marriott Hotel and Marriott Executive Apartments in Al Jaddaf and Marriott Executive Apartments in Dubai Creek, Mr. Saad manages three distinguished properties with a combined inventory of over 650 rooms, 8 F&B outlets and over 14,600 square feet of event space. His strategic approach is underscored by a proven track record of opening new hotels, restructuring sales and marketing departments, and conducting special projects feasibility studies.

Mr. Saad has become known for successfully turning around challenging properties, enhancing both revenue and reputation. Now, at the helm of the Marriott Al Jaddaf cluster, he aspires to transform its perception from being in the middle of 'nowhere' to being in the middle of 'everywhere.' His commitment to excellence is evident in his mission to empower and inspire his teams, consistently exceeding expectations.

Al Bayan Magazine conducted an interview with Mr. Saad and following is the Q&A.



• Can you kindly give us a brief description about Marriott Al Jaddaf, and what differentiates it from similar hotels?

- Marriott Hotel Al Jaddaf delivers a seamless blend of world-class service and local charm. As part of a trusted brand with a nearly century-old legacy of service excellence, we offer our guests and customers the perfect balance between business and leisure. Located at the crossroads of Old and New Dubai, the hotel is close to tourist landmarks such as Dubai Mall, Burj Khalifa and Museum of the Future and iconic heritage and cultural sites such as Al Fahidi district and Deira Creek, but also key business areas including Dubai World Trade Center and DIFC, as well as Dubai International Airport. The hotel boasts 351 spacious rooms and suites, an executive lounge, seven dining and entertainment outlets, extensive meeting and event spaces across more than 2,000 m², a spa and fitness center, and a rooftop pool overlooking the Dubai skyline. The adjacent Marriott Executive Apartments offers one, two and three bedroom apartments along with its own leisure facilities.

• As you know, one of the most discussed topics in the industry is about improving sustainability in travel and tourism. How can hotels become more sustainable and what are you doing at Marriott Al Jaddaf to become more sustainable?

- Since my joining in July 2023 I have worked closely with our leadership team to look at ways that we can operate in a more planet positive and sustainable way. One of the most obvious but equally very important areas to focus on is how we can reduce our water and electricity usage to lessen the use of precious resources as well as reduce carbon emissions. So far, in recent months, we have implemented a number of positive changes:

* By replacing 1500 halogen lamps with energy-efficient LED lamps in the Zabeel Ballroom we have reduced its energy consumption by 75%

* All staircases have been equipped with sensor LED modules, leading to a 60% decrease in electricity usage

* Occupancy and motion sensors in back-of-house areas, washrooms, and technical floors resulting in annual energy savings of 40,000kWh

* Implementation of low-flow taps and shower heads has reduced water consumption by 11% year-over-year

These, along with our daily practices, earned us the Green Key Certification this year, a prestigious acknowledgment of our commitment to adhering to the strict criteria set by the Foundation for Environmental Education.

Furthermore, since the hiring of our Executive Chef Alaa Moustafa at the end of 2023, we have looked close at our food system on property. Our culinary team work diligently to reduce food waste wherever possible and are recycling our cooking oil. We recently partnered with Fresh On Table to increase our use of local produce, thereby supporting local farmers as well as reducing the CO₂ footprint of the food that we serve. Soon guests will be able to trace the origin, including the farm name and time of harvest, of the food that's

on their plate. And finally, we are in the process of rolling out a plant based menu program across all our F&B venues, with each restaurant offering a dedicated selection of plant based dishes, each representing a reduced CO₂ footprint compared to non-vegan dishes

The hospitality sector in UAE continues to see strong performance and promising growth

• How do you evaluate the current hospitality sector in the region and in the UAE?

- The hospitality sector in UAE continues to see strong performance and promising growth. There is no coincidence that in 2023, Dubai witnessed a new hotel opening every three weeks and, according to recent forecasts the city is expected to see a staggering 30 new hotels open in 2024. We all witnessed and reaped the commercial benefits of the double digit year-on-year growth in overnight visitors in Dubai in the first quarter of 2024. Where there is demand, there is also going to be healthy competition, which in turn challenges hoteliers to constantly innovate, evolve and enhance their product and service offering. We continue to see a strong desire amongst travelers to connect with our destination more intimately through enriching experiences. Likewise, 'bleisure' travel continues to trend and as a result we see many of our business travelers extend their stay to make the most of their time in Dubai. Looking at the region as a whole, as a Saudi national who began my career with Marriott nearly 25 years ago in my home country, I am thrilled to see the Kingdom's investment into tourism and hospitality. I believe that the establishment of other tourist destinations in the region will, rather than posing a threat to Dubai and the UAE's tourism sector, further boost hospitality as a whole in this region. Overall, this is an exciting time to be a part of our industry in this region.

• What are your expectations from the rest of 2024?

- I am excited for what the rest of 2024 has in store. The summer will be quieter than the record-breaking months that are behind us, but with action-packed sporting events this summer there will be plenty of activation taking place on property. We have rolled out a summer campaign that caters to families vacationing in Dubai, which will see the introduction of a new family room category along with a Kids Go Free offer which extends to both their room stay and F&B. The last quarter of the year will be very busy. We are working strategically with our sales and revenue team to optimize the commercial opportunities of the last quarter via different segments. We will continue to roll out new, elevated services and products for our guests in line with our recent repositioning, including new epicurean experiences across the hotel, the introduction of innovative technologies for a more connected and convenient stay, and an enhanced executive experience on our executive floor which extends to our rooms, suites and lounge. Finally, we have an exciting refurbishment happening this summer in our apartments which will deliver a modern and sophisticated executive lifestyle experience for our long stay guests.





THE
NAUTILUS
BEACH & OCEAN HOUSES
MALDIVES

A world of your own making

THE MOST BESPOKE PRIVATE ISLAND EXPERIENCE

A collection of 26 immensely private beach and ocean houses and residences exist beyond the bounds of time; where nothing is fixed, and anything is possible. Where you are free to set your own beat.

Free to do – and to be – as you please.

www.thenautilusmaldives.com

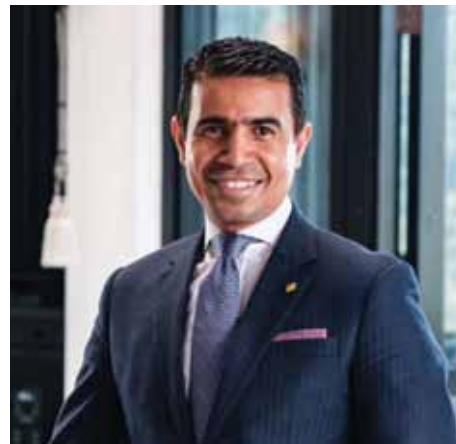


Seif Hamdy

(General Manager - InterContinental Danang Sun Peninsula Resort):

We deliver what is called the Vietnamese service from the heart

Seif Hamdy has been part of IHG Hotels & Resorts since 2015 and the General Manager of InterContinental Danang Sun Peninsula Resort since 2019. Previously he worked at some of the finest properties around the globe: eight years in Ritz Carlton, two years with Soneva Gili Maldives and four years with Raffles Singapore. He studied Executive Leadership in Cornell University, and obtained an MBA from EHL Hospitality Business & Hotel Management School. Mr. Hamdy believes that Academic Learning is a continuous life journey that should never stop and that helping guests make memories that will last forever, creating truly excellent experiences, and seeing the same familiar faces are the epitome of true hospitality. His aim is to continue the team's winning ways, service excellence whilst fostering an environment of healthy camaraderie and positivity. Al Bayan Magazine conducted an interview with Mr. Hamdy during the Arabian Travel Market and following is the Q & A.



“InterContinental Danang Sun Peninsula Resort delivers the ultimate in romance and luxury”

• **Can you give us an idea about your hotel?**

- Intercontinental Danang Sun Peninsula Resort is a luxury hillside resort overlooking the Pacific Ocean. This beachside resort offers something for everyone with an excellent spa, plenty of activities, kids club and wide array of delicious dining options. Having opened in 2012 after ten years of meticulous planning by innovative architect Bill Bensley, the Intercontinental Danang Sun Peninsula Resort sits in one of Danang's most sought after spots along the central coast of Vietnam. Cleverly designed to make the most of this beautiful coastline, the resort is made up of different levels ensuring that all 189 rooms, suites and villas have excellent ocean views. A highlight of the dining experience is La Maison 1888, with cuisine by three Michelin-starred Chef Pierre Gagnaire. There are signature treatments at Mi Sol Spa, recognized with the Best Holistic Spa Treatment award by Destination Deluxe in 2023. A wide range of complimentary noise- and motor-free water sports are available on the private beach. Scheduled activities include daily yoga and tai chi, workshops on massage techniques and essential oils, film screenings in a private cinema that seats 100 persons, classes on Vietnamese cooking and traditional coffee-tasting experience, and Nature Tours led by a resident zoologist. Guests can enjoy the sauna and steam room after a day's activities at the spa or elsewhere choose from a variety of racket sports including badminton, pickleball, tennis and ping pong. On the beach there's also pétanque, beach volleyball, basket boat fun rides, fishing, snorkeling and paddle boarding. Overall, the resort delivers the ultimate in romance and luxury, with extraordinary interiors that elegantly blend traditional Vietnamese accents with modern flair.

• **To what extent are you focusing on sustainability?**

- With respect to sustainability, we are forever growing and evolving. There is so much to be done, but we started already by producing our own drinking water bottling plant, so as of today we are saving over 350 thousand bottles of plastic every single year. All our individually wrapped straws and F&B are sustainable, this is just the beginning to becoming 100% plastic free. Also, we took ownership of replenishing native trees in our resort,



and plant those that aid in protecting our wildlife. With regard to the wildlife, we are responsible of protecting a species of monkey called the Red-shanked douc. There are estimated only three thousands of these animals left in the world. In addition, our beach resort is a leader in Green Engage, an IHG company-wide effort to monitor and reduce environmental impact. Through it, we track our environmental footprint through metrics such as water and energy consumption and waste production, in order to understand and reduce the causes of our impact. We have taken several actions to improve our sustainability based on this data. We work continuously to uphold this commitment, introducing new, higher targets and refining our efforts to further reduce our impact year-on-year.

• **What strategies do you employ to maintain consistently high occupancy rates?**

- We are extremely popular when it comes to Asia, we have a very good base from the domestic markets and they are very loyal to us, It is all really impacted as well by the airlift since it is a major driver for us. We have seen positive growth from Australia, US and UK, noting that we are very active commercially. We look at all the available opportunities to create awareness and build great relationships with our partners to really let them know about our part of the world.

• **In what ways are you attracting tourists from the Middle East?**

- Vietnam is an extremely safe destination and definitely this is a priority for every single guest. Vietnamese people are extremely hospitable: they are kind, friendly and respectful. They are able to deliver genuine service, we call it "Vietnamese service from the heart". In addition, we attract them through personal relationships. I meet them personally on arrival and look after them throughout their stay. We are well-versed in preparing Middle Eastern food, and our team of 30 butlers tailor-make our guest experiences to make as personalized as possible. Moreover, we are keen to participate in exhibitions and shows in the Middle East to share what we have to offer to our audience and see how we can be supportive.



ESCAPE TO A WORLD OF LUXURY AT VELERO HOTEL DOHA LUSAIL

Make this summer an unforgettable experience at Velero Hotel Doha Lusail. Embrace luxury, dine in style, and unwind by the pool. Reserve your stay now and create memories that will last a lifetime.



Scan the QR Code

For Reservations, Please Contact us at:
+974 4448 5333

Philma Gomes-Ellis

(Shangri-La Jeddah):

Shangri-La Jeddah is the place of choice for the ones seeking luxury

Philma Gomes-Ellis, Director of Sales and Marketing, Shangri-La Jeddah, brings in 28 years of experience in luxury hospitality sales & marketing across South Africa, Kenya, Jordan, and Kuwait. A seasoned and accomplished hotelier, Mrs. Gomes-Ellis hails from South Africa where she garnered over a decade worth of sales & marketing experience in the high-end hospitality sector. She has held senior leadership roles at landmark properties based in Cape Town, Amman, and Kuwait, where she successfully developed robust sales and positioned strategies along with managing key stakeholder relationships across multiple disciplines. Since her appointment at Shangri-La Jeddah, Mrs. Gomes-Ellis has been spearheading the hotel's sales and marketing initiatives while implementing strategic plans to drive commercial efficiency and augment the hotel's dynamic and alluring reputation. Following is an interview Al Bayan Magazine conducted with Mrs. Gomes-Ellis on the sidelines of the Arabian Travel Market.



• **What is the added value behind your participation in the Arabian Travel Market?**

- It is very encouraging to see that there is a lot of first time new buyers because generations change and young people come in so there is a first time opportunity with new great buyers. And obviously in line with the diversification of Saudi Arabia, tourism is the new oil and thus it makes sense to be at ATM especially that it is the place where the tourism deals are done. We are looking forward to find new pieces of business that we wouldn't have looked at before.

• **What is your strategy to maintain high occupancy rates at Shangri-La Jeddah?**

- It is very important that luxury is measured against luxury. We do come out with a very good rate in the market and we want to make sure that our business is sustainable for the long run and therefore we will make decisions for the right pieces of business at the right time as well as being flexible throughout our approach and making it easy to do business with us.

• **To what extent are you focusing on sustainability at Shangri-La Jeddah?**

- Saudi Arabia recently initiated the Saudi Green Initiative. This will be every year on the 27th of March so we aim to collaborate and work on things that affect the environment around us and make it very beautiful for tourism and travel as whole.

• **Are you offering anything special at Shangri-La Jeddah?**

- We continue to market ourself on the basis as the most luxurious hotel with a large variety of F&B, as well as our spa and location on the new Jeddah Waterfront along the shores of the Red Sea, in addition to all the events that are associated around us in Jeddah such as the Formula One and the Red Sea Film Festival. Therefore, Shangri-La Jeddah is the place of choice for those ones seeking luxury.



PHILMA GOMES-ELLIS
&
CHRIS MC FALL

محمود صقر

(المدير العام لفندق (THE CHEDI - HEGRA - KSA

العلا تزخر بتاريخ عريق من الثقافات والتنوع البيولوجي



سُعيد فندق «ذي شدي الهجرة» المتوقع افتتاحه في سبتمبر المقبل في شمال غرب المملكة العربية السعودية، تعريف الفخامة والأصالة. واختارت الهيئة الملكية لمحافظة العُلا هذا الفندق، ليكون الأول الواقع ضمن محيط أسر لأحد مواقع التراث العالمي لليونسكو. يضم الفندق ٣٣ غرفة مخصصة ومتصلة بمنظر الحجر الساحرة، ويمزج تصميمه الهندسة المعمارية الحديثة بالتراث الغني للموقع.

واعتبر المدير العام لفندق ذي شدي الهجرة - KSA HEGRA - THE CHEDI السيد محمود صقر في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، أن العُلا باتت من الأماكن السياحية البارزة في المملكة العربية السعودية، كونها تزخر بتاريخ عريق من الثقافات والتنوع البيولوجي.

هل لنا بفكرة عن أبرز مميزات فندق «ذي شدي الهجرة»؟

باتت العُلا من الأماكن السياحية البارزة في المملكة العربية السعودية وتحولت إلى مقصد للكثير من السائح، كونها تزخر بتاريخ عريق من الثقافات والتنوع البيولوجي المذهل من التكوينات الصخرية والوديان، الأمر الذي سيلعب دوراً مهماً في التسويق للفندق.

وبالعودة إلى مميزات ذي شدي الهجرة فهو يُعد من الفنادق الفاخرة من فئة الخمس نجوم على طراز البوتيك في منطقة الحجر في محافظة العُلا، ويتميز بالتصاميم المبتكرة للغرف التي تعكس جمال المنطقة والمناطق والمواقع الطبيعية المحيطة بها. ويضم الفندق ٣٥ غرفة، تعد إضافة لمنطقة العُلا وسيفتح أبوابه في سبتمبر من هذا العام.

ومن أبرز المميزات أيضاً تنوع المطاعم لتقديم تجربة للنزلاء لتذوق أشهى الأطباق العالمية، مع وجود عدد كبير من النشاطات للترفيه والتي تُعد جزءاً من منطقة العُلا. ويُتوقع أن يحقق الفندق انطلاقة قوية باعتباره من العلامات الفاخرة في عالم الضيافة.

العُلا من أكثر المدن المواكبة لمبدأ الاستدامة

كيف تصفون توجه القطاع السياحي لتبني معايير الاستدامة؟

- تعد منطقة العُلا من أكثر المدن المواكبة لمبدأ الاستدامة، انطلاقاً من حرص القيمين على المدينة بضرورة الحفاظ على الطبيعة وتطبيق معايير الاستدامة في مختلف المشاريع والنشاطات التي تستضيفها المدينة. ونحن في فندق «ذي شدي الهجرة» تأتي الاستدامة في صلب استراتيجية عملنا، وسيتم التركيز بشكل كبير على الأداء اليومي لعملياتنا، لتكون مواكبة لمتطلبات الحفاظ على البيئة والثروة الطبيعية، ونكون في صدارة الفنادق الملتزمة بمعايير الاستدامة.



من اليمين:
محمود صقر
وعماد منقل

Pavlina Tarabova

(General Manager- Meliá Desert Palm Member of Meliá Collection):

We lose customers when we make things too complicated

Pavlina Tarabova, General Manager of Meliá Desert Palm, has always believed that hospitality is a team sport, where we either win or lose together and that every challenge is an opportunity to create something extraordinary. With 20 years of experience in the hospitality industry, she has learned that innovation, attention to detail, and teamwork are crucial to success. Throughout her successful career, she opened iconic properties, represented multiple brands, restructured hotels from loss to profit, and held executive leadership positions for innovative brands. Her extensive knowledge of sales and marketing, hotel operations, and independent hotel management has helped her maintain excellent relationships with key stakeholders. During the Arabian Travel Market held in Dubai, Al Bayan Magazine met Mrs. Tarabova and conducted the following interview.



“Q1 was strong & sustainability is no longer a trend but part of viable business strategy”

• Can you give us an idea about your hotel?

- Located in the heart of a 64-hectare polo estate, the Meliá Desert Palm Meliá Collection's equestrian theme and design highlights the combination of the Latin and United Arab Emirates cultures and heritage. This exclusive resort has been conceived for travelers seeking wellness sanctuary of gentle restoration & peace. Just 20km from downtown Dubai, this 5-star hotel boasts highly personalized luxury service with focus on privacy of their guests. From the tall gates of the entrance to the lush interior estate and polo field, the Meliá Desert Palm reflects the spirit of the "sport of kings" through an art collection which is on display throughout the resort. A great choice of dining options makes it one of the most prestigious polo centres in the world. The hotel also includes an infinity pool, a fitness centre, a jogging route, tennis & squash courts, a children's playground and a polo and horse-riding school where guests can discover the lush green oasis at the heart of the resort and enjoy watching polo players practicing the sport of kings or admire the beauty of the horses as well as Samana Spa that is designed to restore harmony to guests' soul, strengthen their minds and help them recover from mental and physical exertion. Our carefully selected treatments for healing and our spa suites ensure all guests enjoy a pleasant and incomparable experience.

• To what extent are you taking sustainability into consideration at your hotel?

- Travelers are these days sensitive to the green brainwashing because they know that sometimes hotels treat sustainability topic just to tick the box. We are looking at the sustainability from the beginning to the very end of the customer journey. We are focusing on things like sustainable water management, linen recycling, food waste management, composting. Sustainability is no longer a trend; it has become part of sound business strategy. Being part of the Meliá Collection, we work to find unique local suppliers for our amenities. We are using the camel soap which is local, chamomile which is locally produced and looking for organic farms where we can source quality vegetables. It is only sensible considering the 64-hectares of greenery, to plan our own small greenhouse to grow our own vegetable and foster the farm-to-table concept.

• The main theme for ATM 2024 is "Empowering Innovation – Transforming Travel Through Entrepreneurship". How are you contributing to achieving this goal?

- It is important that hotels foster strategic partnerships, as I believe we do not have an answer for everything. We are specialists in selling rooms, curating and driving F&B concepts and wellness, but in terms of innovation, we need to partner with strong innovative companies who can help us to achieve technological improvements. For our customers is key to make the booking and find the information as easy as possible as we can lose the customer when we make things too lengthy or complicated. The attention span of current customer is very short. In addition, we, as leaders and GMs, need to search for new information through which we can educate ourselves to ensure we are on top of the innovation game.

• How do you assess the performance of the hospitality sector?

- As mentioned by Dubai Tourism, Q1 was very strong. We managed to grow especially by rates and room nights, but we lost slightly on the length of stay. Nevertheless, I believe that we will be able to continue the positive growth, yet we need to be cautious and together with our partners educate our customers, especially the international one, that Dubai and the entire UAE is a safe destination. It is important to assure our customers that they can travel and enjoy themselves without any worry.

Philippe Harb

(Founder & CEO - Social Hotels & Resorts):

The outlook for Dubai during 2024 is bright and better than 2023

Social is a life style brand that Scaters for Gen Zs and millennials. It operates a vibrant hub ranging from 50 to 150 rooms as part of its differentiation strategy. It has always been its exclusive focus in the context which it operates. It also defines its immediate addressable opportunities in the UAE market.

Philippe Harb, Founder & CEO of Social Hotels & Resorts, in an interview with Al Bayan Magazine, gave us a comprehensive idea about their hotel, evaluating the performance of the hospitality sector, expressing his point of view regarding how to make travel more sustainable and highlighting their upcoming plans and initiatives. Following is the Q & A.



Philippe Harb, Founder & CEO of Social Hotels & Resorts, in an interview with Al Bayan Magazine, gave us a comprehensive idea about their hotel, evaluating the performance of the hospitality sector, expressing his point of view regarding how to make travel more sustainable and highlighting their upcoming plans and initiatives. Following is the Q & A.

• Can you give us an idea about your hotel?

- Social Hotel is a vibrant four-star hotel with 7 F&B award winning outlets formerly known as Byblos Hotel Tecom.

Social is a result of observing some consumer trends, obviously the Gen Zs and millennials are an important customer segment. Travel click just came up with a study that in 10 years' time they will account 75% of total travel spend. So we have to pay attention at that segment and ask what do they want? They don't want the same boring hotel experience, they want something that exciting, engaging and empowering

• How do you assess the performance of the hospitality sector?

- Being in Dubai, it was an exciting step for me and the company because it is a tourist destination and a cosmopolitan city. That's why, basically, we decided to invest in Dubai. The outlook for this vibrant city for 2024 is looking bright and better than 2023 by an increase of 30 percent, noting that Dubai is, and will always, benefit from the geopolitical issues in the region.

• In your opinion, what measures can be taken to make travel more sustainable?

- Sustainability is a key role that Dubai government is focusing. They hosted the COP28 this year and they are pushing all the hotels to run sustainability program like Dubai Ways and work on reducing the carbon footprint. The Department of Tourism and Commerce Marketing is supporting us as investor, and we are doing the best we can to assist it the city.

• What strategies do you employ to maintain consistently high occupancy rates?

- There are two things that drive revenue to the hotel which are either high occupancy or high average room rate. Dubai is becoming a very affordable destination in the summer season, and during that season we drive revenue through occupancy and not high rate.

• What are your upcoming plans or initiatives?

- We are looking to emerge as young exciting brand, in a total relaxed environment.

When we set this objective frankly, it was largely aspiration in Dubai, we had to shift in the mindset of our customers what value of this niche market is all about. While we understood the power of differentiation in Dubai, this notion of creating a Social hive as a different tool to express and exchange my vision was still somewhat niacin. Overall, several months and through organic means we had a chance to build up this capability.

Now, We are looking forward to expand the brand outside Dubai. KSA is a very interesting market for us and we are looking at exciting regions such as Riyadh and AIUla to expand our hotel there, in addition to other destination which will be basically announced at a later stage.

AROYA Cruises showcasing the newly launched & truly unique cruise line at ATM

AROYA Cruises, Cruise Saudi's first cruise line, has joined travel trade leaders from across the globe at the annual four-day Arabian Travel Market 2024. Exhibiting for the first time at ATM, AROYA Cruises showcased the newly launched cruise line to the global audience, and the design of the first AROYA Cruise ship has been revealed as well to mark the occasion. The new ship contains 18 decks with 28 restaurants and cafes, 20 entertainment venues, a retail area, and wellness and spa facilities that reflect the Kingdom's rich cultural heritage and distinctive hospitality, noting that AROYA Cruises is distinctive in its offering and design, as it is the first cruise line ever to cater specifically to Arabian preferences. The new ship comes after Cruise Saudi announced its collaboration with SMC Design and Partner Ship Design (PSD) last year. SMC designed AROYA Cruises' first ship and was chosen as the lead designer for the refurbishment project for the former World Dream. The brand was also enlisted to provide interior and architectural design, branding and art consultancy to Cruise Saudi. Partner Ship Design serves as partner designer, overseeing design details, documentation and follow-ups as well as engineering support.

Visitors to the AROYA Cruises booth at ATM had the chance to sample life on board the cruise, as the booth had been influenced by some of the on-ship experiences and designs. With interactive display screens and ship and cabin model displays, the booth offered an exclusive first insight into this pioneering cruise line.

President of AROYA Cruises, **Joerg Rudolph** said: "It is such an exciting time for the business, as we launch our first cruise ship to commercial markets. We are showcasing the exceptional facilities, quality design and authentic Arabian experiences onboard AROYA Cruises."

Turky Kari, Executive Director – Marketing and Corporate Communications at AROYA Cruises, participated in a panel on "The Potential of Cruise: Creating Swell in the Middle East". The session explored the Middle East's cruise industry potential, outlining the challenges and opportunities to position the Gulf and wider Middle East as a successful cruise destination.

Launched in line with Saudi Arabia's Vision 2030 and the Kingdom's plan



Joerg Rudolph



Turky Kari



Lars Clasen

to become one of the top global tourism destinations by 2030, AROYA Cruises aims to provide year-round itineraries out of Jeddah and other Middle East ports, tailored to Saudi Arabian and GCC nationals and residents. It is worth mentioning that AROYA Cruises signed a MoU with the leading global production powerhouse MBC STUDIOS at ATM. Based on a shared vision for growth in the Middle East and beyond, and a passion for showcasing all that the region has to offer, the MoU marked the intent for AROYA Cruises' future cooperation with the film and TV production company on cinematic production projects.

Cruise Saudi's CEO, **Lars Clasen**, commented: "Partnerships and collaborations are a crucial part of the success of any cruise line, and we are delighted to have signed an MoU with MBC STUDIOS. We have a shared passion for the Middle East and strive to showcase authentic Arabian life and the extensive wonders the region has to offer to the world. A good cruise line

draws on aspects of storytelling to delight its passengers and showcase the destinations it visits, and like MBCSTUDIOS, we know that the Middle East has a captivating story to tell. We look forward to working with MBC STUDIOS on future projects".



معتز سليمان (المدير العام لفندق بانيان تري في منطقة الغلا):

محافظة الغلا التاريخية مزيج بين الحضارة والإرث

تشتهر مدينة الغلا حيث يقع منتجع «بانيان تري الغلا»، بكونها أكبر متحف طبيعي في العالم، وهو يضم فللاً فاخرة في واحدة من أكثر الوجهات تميزاً في العالم. كما يوفر الفرصة لضيوفه للاستمتاع بالأجواء الصحراوية الهادئة والمناظر الرائعة. كما يمكن للضيوف أن يستكشفوا جوانب جديدة من التراث الغني لمحافظة الغلا من خلال الرحلات والمغامرات الاستثنائية. ماذا جاء في مقابلة المدير العام لفندق بانيان تري في منطقة الغلا السيد معتز سليمان مع «البيان الاقتصادية»؟

وبالقدرة على التأمل وخوض تجربة مختلفة عن تجربة الفنادق والمنتجعات الأخرى، لتتجاوزها إلى تجربة الاستمتاع والتذوق وجلسات العلاج في الطبيعة.

■ ما الذي يميّز الإقامة في «بانيان تري»؟

– تتميّز الإقامة في «بانيان تري» بتجربة علاج صحي فريدة من نوعها تبدأ بالتأمل، وتمرّ في تجربة الطعام في مطعم زعفران التايلاندي من علامة «بانيان تري»، وصولاً إلى الرحلات الجوية الاستثنائية التي تنقل الضيوف في المناطيد الهوائية في سماء المنتجع، إلى جانب الكثير من الرحلات والمغامرات في الجبال المحيطة بها التي تشتهر بكونها أكبر متحف طبيعي في العالم ■

■ ما هو تقييمكم لقطاع السياحة في المنطقة العربية وتحديداً في الغلا؟
– لا يمكن أن نضع الغلا في خانة المنطقة العربية، إذ تشكل محافظة الغلا التاريخية موقعاً قائماً بذاته، ولا يمكن مقارنته بالمواقع الشبيهة به، فهو يختلف تماماً عن وادي رام في الأردن وعن البترا، على رغم أن الحضارة ذاتها قد تكون موجودة في الغلا، إلا أن خليط البترا يختلف عن خليط الغلا، من حيث الحضارة ومناظر الجبال المدهشة الفريدة من نوعها والطبيعية. فمحافظة الغلا هي مزيج بين الحضارة والإرث.

■ ما هي مميزات منتجع بانيان تري؟

– يتميّز منتجع «بانيان تري» بأنه من فئة الخمسة نجوم وما فوق، وبتقافة شركة الإدارة، إضافة إلى أن الزائر يتمتع بالطبيعة المميزة

LE TEMPS, UN OBJET HERMÈS.


HERMÈS
PARIS



HERMÈS H08
LA MATIÈRE DU TEMPS

التمكين والتواصل محور الحدث الأهم ضمن فعاليات «دائرة النساء»



تمكنت «دائرة النساء»، وهي تجربة يقدمها فندق شيراتون غراند الدوحة بالتعاون مع أناهي، من استضافة تجربة ناجحة لتمكين المرأة تحت عنوان «تمكينك: كيف يمكنك تحرير نفسك من خلال نصائح فعالة حول مسارك المهني، ورفاهيتك، ووضعك المالي، وعلاقاتك»، وذلك بمشاركة أكثر من ٦٠ مشاركة من خلفيات متنوعة حيث تميزت الفعالية بأمنية ملبية بالحكمة، والاحتفال، والمتعة، والتمكين.

وشارك في هذا الحدث المهم، الذي اقيم في ١٢ يونيو عدد من الخبراء المشهورين في مجالات تخصصهم، مثل: **إيزابيث بليكينهورست**، أخصائية التطوير الوظيفي والمهني ومؤسسة "Where Women Connect"، و**مالو مارسولت**، المتخصصة في النمو المالي؛ و**أناهي أورتييز برييتو**، المدربة المتخصصة في تقدير الذات، حيث نظمت معاً سلسلة ملهمة من الجلسات حرصت من خلالها على مشاركة رؤى واستراتيجيات ونصائح عملية لا تقدر بثمن لتعزيز إمكانات المشاركات. حرصت **إيزابيث بليكينهورست** على الحديث عن التقدم الوظيفي والوفاء المهني، حيث ساهمت في تحفيز الطاقات الكامنة للمشاركات في مكان العمل. وعرضت **مالو مارسولت** باستعراض جوانب التمكين المالي، وزودتهم بالأدوات اللازمة لضمان نجاح التمويل الشخصي. بينما استكشفت **أناهي أورتييز برييتو** ديناميكيات العلاقات، وقدمت النصائح والتقنيات المناسبة لتعزيز الروابط العميقة وتنمية الشعور بالتوازن والانسجام في جميع التفاعلات. وشاركت كل واحدة منهن رؤيتها الخاصة لضمان حصول المشاركات على فهم شامل يساهم في تمكين رحلة نموهن.

وبهذه المناسبة، أعربت **فاطمة كورت**، مديرة التسويق في فندق شيراتون غراند الدوحة، عن سعادتها باستضافة هذا الحدث مشيرة إلى أهمية هذه الفعالية لمجتمع السيدات في قطر، حيث ذكرت أن «توفير مساحة يمكن للنساء فيها اللقاء والتعلم والارتقاء هو أمر يجعل الجميع يشعر بالرضى التام» ثم استطرقت بقولها: «لقد تجاوزت الطاقة والحماس كل الحدود في هذا الحدث لدرجة ألهمت الحضور، ما يجعلنا نشعر بالفخر والسعادة لاستضافة مثل مبادرة «دائرة النساء» حيث تهدف هذه المبادرة إلى توفير مساحة ترحيبية للنساء تمكنهن من مناقشة واقعهن والتحديات التي تواجههن وأفراحنهن، فضلاً عن منحهن الفرصة للتعرف على تجارب غيرهن من النساء في أجواء آمنة وغنية بالتفاصيل والمعلومات».

علي أحمد (المدير العام لمنتجع سميسمه):

قطاع الضيافة الأكثر تنافسية وديناميكية لخدمة السياح



قال السيد علي أحمد المدير العام لمنتجع سميسمه للزميلة «الشرق»: إن الأعمال التشغيلية للقطاع الفندقي في قطر ناشط ومزدهر وذات عائد مادي مغرٍ ومتميز. وتوسعى مؤسسات الضيافة العالمية بمختلف فئاتها تعمل بشكل حثيث للعمل في السوق المحلية،

الأمر الذي جعل الدوحة من أبرز المقاصد الاستثمارية الواعدة في صناعة الضيافة وخدماتها الفندقية الاستثنائية، وأصبحت بموجبها فنادق الدوحة مضرب المثل في جودة المنتج، مؤكداً أن الدوحة أضحت حالياً بفضل تعدد العلامات الفندقية قادرة على استيعاب التدفق السياحي من مختلف الجهات والمقاصد السياحية العالمية.

أضاف: إن أسعار الفنادق في الدوحة هي الأرخص في المنطقة مصحوبة بمستوى خدمة رفيع واستثنائي حصدت بمقتضاه جملة من الجوائز والأوسمة التقديرية العالمية من المؤسسات الدولية المعنية بتقييم الأداء التشغيلي والخدمي للقطاع الفندقي الدولي.

وأشار **علي أحمد** إلى أن الدوحة أصبحت الآن عاصمة جذب لسياحة الأعمال والترفيه ويقصدها السياح من مختلف دول العالم للاستمتاع بمقوماتها وبنيتها السياحية القوية، التي تضم المدن المائية والشواطئ والمنتزهات والفعاليات الترفيهية المنقاة بكل احترافية لإثراء السياحة الداخلية، ما يساهم في زيادة الإقبال على الدوحة ومن ثم رفع معدلات الحركة التشغيلية للقطاع الفندقي وبالتالي يمكن القول أن عمل صناعة الضيافة المحلية ناجح ويلعب دوراً في تعزيز مسيرة نجاحات القطاع السياحي كما أضحت قطاع الضيافة حالياً الأكثر تنافسية وديناميكية لخدمة السياح وزوار الدوحة.



«صيف المغامرة» باقة خصومات من فندق شيراتون غراند الدوحة



«صيف المغامرة» عنوان لباقة حصريّة من الخصومات والنشاطات صمّمتها فندق شيراتون غراند الدوحة، للانطلاق في هذه المغامرة المثيرة، إذ يمكن الضيوف الاستفادة من مزاياها والحصول على فرصة لا مثيل لها للابتعاد عن صخب الحياة والاسترخاء التام، والاستمتاع بالرفاهية والمغامرة.

ويمتاز فندق شيراتون غراند الدوحة الذي يمثل الوجهة المفضلة للجميع في قطر، بموقعه المميز في قلب الدوحة النابض بالحياة، ما يجعله الوجهة المثالية لقضاء عطلة لا تُنسى، مع ما يقدمه من مزيج يجمع بين الضيافة الاستثنائية والمرافق المميّزة.

تتيح باقة صيف المغامرة للضيوف تجربة إقامة تمزج بين الاسترخاء والمغامرة، لضمان تمكين الضيوف من الانغماس الكامل في واحة الراحة الفاخرة، أثناء استمتاعهم بالنشاطات المثيرة في الدوحة والمناطق الساحرة المحيطة.

تقدم الباقة خصومات نسبتها ٢٠٪ على غرف دولوكس، و ٢٠٪ على النشاطات الرياضية المائية، ورصيداً بقيمة ١٠٠ ريال قطري لإنفاقها في بوبول كافيه، واستخدام المسبح والشاطئ.

يمكن الضيوف الاستمتاع بإقامتهم حيث يمكنهم الاسترخاء إلى جانب المسبح وعلى الشاطئ الخاص، أو الانطلاق في مغامرات شيقة مع الرياضات المائية المثيرة. وسواء كان الزائر راغباً في قضاء عطلة عائلية أو الحصول على رحلة ممتعة مع الأصدقاء أو الابتعاد عن الجميع في ملاذ خاص.

تبدأ الأسعار من ٨٦٠ ريالاً قطرياً، إذ تجمع هذه الباقة الاستثنائية بين الفخامة والمغامرة، ما يجعلها الخيار المثالي لكل من يبحث عن ملاذ يمكن الحصول فيه على الاسترخاء واستكشاف تجارب جديدة مثيرة للنشاط والحيوية.

لذا يمكن الحجز لتجربة هذه المغامرة خلال هذا الصيف، للانطلاق في رحلة من المغامرات والاسترخاء ستبقى في الذاكرة. وللحجز يمكن الاتصال على الرقم 974 44854444+ أو زيارة الموقع الإلكتروني www.sheratongranddoha.com



ابدأ صيفك في مركز شيراتون للياقة البدنية مع «عضوية الصيف القصيرة الأجل»



دعا مركز اللياقة البدنية من شيراتون، الحائز على الكثير من الجوائز والمشهور بمرافقه العالية المستوى وخدماته الاستثنائية، عشاق اللياقة البدنية والعائلات لاستقبال موسم الصيف مع «عضوية الصيف القصيرة الأجل» الجديدة؛ حيث يوفر مركز اللياقة البدنية - الذي يمتاز بموقعه في قلب الخليج الغربي - البيئة المثالية للباحثين عن تجربة لياقة بدنية استثنائية.

يضم مركز شيراتون للياقة البدنية أفضل المرافق الحديثة والتي تشمل أحدث معدات تمارين الكارديو والقوة ورفع الأثقال، بالإضافة إلى حمام السباحة الخارجي، وجاكوزي إنفينيتي، وشاطئ رملي، وحدائق خضراء.

يرحب مركز شيراتون للياقة البدنية بالأفراد والأزواج والعائلات للانطلاق في تجربة لياقة بدنية مميزة مع «عضوية الصيف القصيرة الأجل» بسعر يبدأ من ١,٥٠٠ ريال قطري. يسري هذا العرض الحصري حتى ٣١ أغسطس ٢٠٢٤، لذا لا تفوت هذه الفرصة لجعل فصل الصيف تجربة أكثر مثالية.

للمزيد من المعلومات، يرجى الاتصال على الرقم 974 44854600+ أو زيارة الموقع الإلكتروني لمركز شيراتون للياقة البدنية.

بول دياب

(نائب رئيس العمليات لمنطقة الشرق الأوسط في مجموعة فنادق (LOUVRE HOTELS GROUP)؛

نحضر لافتتاح فنادق في أسواق الشرق الأوسط



يندرج التوسع الجغرافي في خطط مجموعة فنادق لوفر HOTELS GROUP، إذ أشار نائب رئيس العمليات لمنطقة الشرق الأوسط السيد بول دياب في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، إلى التحضير للتوسع نحو أسواق جديدة أبرزها المملكة العربية السعودية بافتتاح خمسة فنادق، إضافة إلى فندق في عمان واثنين في الجزائر وآخر في تونس. كما تجري مفاوضات مع عدد من الجهات لافتتاح فنادق جديدة في عدد من أسواق منطقة الشرق الأوسط. متحدثاً عن استراتيجية الشركة الأم للمضي قدماً في موضوع الاستدامة.

استقرار الأوضاع الأمنية في مختلف دول الخليج

شكّل عاملاً مشجعاً لعودة النشاط السياحي

من الدول الأوروبية

التوسع نحو أسواق جديدة

■ ما هي أبرز خططكم التوسعية؟

– نحن في صدد التوسع نحو أسواق جديدة أبرزها المملكة العربية السعودية بافتتاح خمسة فنادق، إضافة إلى فندق في عمان واثنين في الجزائر وآخر في تونس. كما تجري مفاوضات مع عدد من الجهات لافتتاح فنادق جديدة في عدد من أسواق منطقة الشرق الأوسط.

عادت الحركة إلى مستوياتها الطبيعية

■ هل للأحداث الجيوسياسية تأثيرات مباشرة على النشاط السياحي في المنطقة؟

– تراجعت نسب الحجوزات مع بدء التوترات الجيوسياسية في المنطقة والتخوف من تفاقم الأوضاع الأمنية، إلا أن الحركة عادت إلى مستوياتها الطبيعية نظراً إلى استقرار الأوضاع الأمنية في مختلف دول الخليج التي نأى بعضها عن صراعات المنطقة، ما شكّل عاملاً مشجعاً لعودة النشاط السياحي من مختلف الدول الأوروبية.

■ كيف تطبقون معايير

الاستدامة في فنادقكم؟

– تعمل الشركة الفرنسية الأم وفق استراتيجية معينة للمضي قدماً في موضوع الاستدامة والامتثال للمعايير والضوابط العالمية، ومع حلول منتصف عام ٢٠٢٥ سُنطَبَق الخطة في كل فنادقنا والامتثال الكامل لمعايير الاستدامة. ■



البيان ■ كيف تقيّمون الموسم السياحي خلال عام ٢٠٢٤ في الأسواق التي تتواجدون فيها؟

– تتواجد المجموعة حالياً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، حيث يشهد عدد من الدول حركة سياحية ناشطة خلال موسم الصيف، مثل تونس ولبنان، إذ نتوقع موسماً سياحياً واعداً مع تواجد أعداد من السياح والمغتربين.

أما بالنسبة إلى دول مجلس التعاون الخليجي، فتشير الأرقام إلى زيادة مطردة في معدل الحجوزات لموسم الصيف بنسب تفوق تلك المسجلة خلال العامين الماضيين. كما كانت الأرقام المحققة في الربع الأول من هذه السنة، أفضل من تلك المسجلة خلال الفترة ذاتها من عامي ٢٠٢٢ و٢٠٢٣، إذ بدأنا نشهد العودة إلى مستويات ما قبل جائحة «كوفيد - ١٩».

جولات سياحية وبرامج ترفيهية...

■ ما هي العروض التي تقدمونها للحفاظ على استقرار معدلات الإشغال وزيادتها؟

– نقدم مجموعة من العروض في فنادقنا العاملة في تونس والجزائر، التي تتميز بإطلالة على البحر وتستقطب النزلاء خلال موسم الصيف، وهي عبارة عن جولات سياحية لعدد من المعالم السياحية البارزة، فضلاً عن برامج ترفيهية وخدمات اللياقة البدنية والصحية التي تتميز بها فنادقنا.

RADO

SWITZERLAND

MASTER OF MATERIALS

رادو

لسويسرا

خبراء في إبتكار المواد



استمتع بها
Feel it!

كابتن كوك هاي-تيك سيراميك سكيلتون

CAPTAIN COOK HIGH-TECH CERAMIC SKELETON

مصطفى درويش

(مدير قسم المبيعات في منتج Atlantis دبي):

تبع حملة ولي عهد دبي حياة من دون بلاستيك



كوّنت مجموعة منتجات «أتلانتس» فريقاً جديداً لقسم المبيعات يملك الخبرات والحرفية في تسويق العلامة الجديدة Atlantis the Royal، ويحافظ على استمرار التقدّم كما هو حاصل في Atlantis the Palm. واختيار هذا الفريق الذي يضم جوهراً جديدة، تتطلبه استراتيجية «الدم الجديد» التي اعتمدها المجموعة.

وأكد مدير قسم المبيعات في منتج Atlantis دبي السيد مصطفى درويش في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، أن «أتلانتس» تسلك المسار الصحيح لتحقيق أهدافها. وأوضح أن «أتلانتس» استقطبت الخبرات في فريق قسم المبيعات من خلفيات مختلفة، بناءً على خبرتهم في شكل أساسي في قطاع الأعمال الفاخرة باتقانهم كيفية الترويج لها.

فأوضح درويش أن المنتجات تتبع مبادرة الشيخ محمد بن راشد في موضوع الاستدامة ومن هنا قامت العلامة بمبادرات عدة. كما تنظر إلى مميزات المنتجين بحيث يعيش النزلاء تجربة فريدة ومُبهرّة وفاخرة.

■ ■ ■ صنف منتج أتلانتس ذا رويال من بين أفضل ثلاث منتجات في العالم ■ ■ ■

إلى التجارب الأسطورية التي تقدّمها حديقة «أكوافنتشر» المائية Atlantis Aquaventure، ومنها Lost Chambers Aquarium، بهدف إيجاد سمة خاصة به عبارة عن «عالم مائي» Aquaventure world على غرار Disney land.

نسعى للريادة في موضوع الاستدامة

■ كيف ننظرون في «أتلانتس» إلى الاستدامة في السياحة؟

– نسعى إلى أن نكون رواداً في ما يتعلق بالاستدامة، وتعدّ «أتلانتس» من أولى العلامات الرائدة التي توقفت عن استخدام البلاستيك، فإن كل عبوات المياه المتواجدة في منتجنا زجاجية وتحمل علامتنا الخاصة بالمياه. ويرتبط مشروع «أطلس» الذي أطلقته «أتلانتس دبي» بالاستدامة وبالحفاظ على المحيط والبيئة. انطلاقاً من اتباعنا لحملة الشيخ حمدان بن محمد بن راشد آل مكتوم ولي عهد «دبي» Dubai Can الهادفة للتوصل إلى حياة من دون بلاستيك، ونسعى إلى توجيه رسالة للزبائن خلال تواجدهم في منتجنا وإشراكهم في تنفيذ هذه المبادرة. كما تلقى ٩٠٪ من الزملاء التدريب اللازم للتعامل مع الأشخاص المصابين بطيف التوحّد، بحيث تشكّل «أتلانتس» مكاناً معتمداً من قبل مركز دبي للتوحّد، من ضمن الاستراتيجية الخاصة بالاستدامة.

ووصلت «أتلانتس» أيضاً إلى «صفر هدر» في الطعام خلال نشاطات «أساطير خيمة رمضان» والسحور. وحصلنا على مدار أربع سنوات متتالية على جائزة EarthCheck الفضية للاستدامة في قطاع السياحة والسفر.

■ تشكّل «أتلانتس» أيقونة الفنادق لدولة الإمارات، ما هي قيمتها المضافة في قطاع السياحة؟

– «أتلانتس» هي مصغّر عن دبي من مختلف الجوانب وتعكس الذهنية ذاتها، بحيث تستطيع «أتلانتس» إبهارك كما تبهرك دبي دوماً. ويتصف ٣٠٪ من زبائن «أتلانتس» بالولاء من خلال الحجز المتكرّر، بحيث تُعتبر «أتلانتس» من المعالم الرئيسية في دبي، وترتكز في أدائها على الديناميكية وعلى عجلة التحديّات المتواجدة في دبي، وتتفرد بخدمة مميّزة وخبرة عالية، وبتقديم تجربة فاخرة واستثنائية.

وفي هذا الإطار تم ترشيح فندق Atlantis من بين أفضل ٢٠٠ مرشّح ضمن تصنيف Virtuoso الذي تشارك فيه ٥٠٠٠ وكالة سفر، ليتم تصنيف Atlantis The Royal من بين الفنادق الثلاثة الأولى في العالم.

وتطرح «أتلانتس» من خلال استراتيجية «الضيف المُتكرّر»، الكثير من الخيارات التي يستفيد منها الزبائن نتيجة ولائهم لفنادق «أتلانتس» ومنها الخصم الخاص، والترقية المجانية، وارتياح النادي الخاص، والاستمتاع بوجبات خفيفة ومشروبات مجانية طيلة اليوم. ■

■ ما هي الاستراتيجية التي تم وضعها لمنتجات أتلانتس Atlantis؟

– تعتمد «أتلانتس» استراتيجية «الدم الجديد»، بحيث يميّز فريق المبيعات بوجوه جديدة، الذي يستطيع نشر العلامة الجديدة Atlantis the Royal ويحافظ على التقدّم باستمرار كما في Atlantis the Palm. وأنا شخصياً انضمت إلى «أتلانتس» بداية هذه السنة وكذلك زملائي في فريق العمل. إذ استطاعت «أتلانتس» استقطاب الخبرات من خلفيات مختلفة في كل الأقسام، بناءً على خبرتهم في شكل أساسي في قطاع الأعمال الفاخرة، الذين يتقنون كيفية ترويج المنتجات الفاخرة، عبر استكمال تموضع صورة العلامة التجارية التي وضعها المؤسسون، والتي تحدّد مسار التقدّم وكيفية تطهيره.

وبنت «أتلانتس» علامتها التجارية الرائدة في مجال الضيافة والفنادق، من خلال المبادرات التي تقوم بها والتحديات التي تدخلها على خدماتها باستمرار، ومثال على ذلك الملحق الذي استحدثته «أتلانتس» في Atlantis The Palm بكلفة ٩٠ مليون دولار، للحفاظ على ريادتها في تقديم الخدمات والنشاطات التي تتلاءم مع العائلات من ترفيه ومغامرة ونشاطات مائية.

وفي إطار المبادرات والتحديات التي أجرتها «أتلانتس» بعد سنة على افتتاح Atlantis The Royal، بالتحالف مع علامات تجارية بالمستوى ذاته مثل Louis Vuitton، و Dolce and Gabbana.

التنوع من وجهة نظر المبيعات

■ كيف تحافظون على نسبة الإشغال في «أتلانتس»؟

– نعتمد في عملنا على مفهوم Unique Selling Point (USP) وهو عبارة عن لائحة من النقاط يغلب عليها طابع التنوع من وجهة نظر المبيعات، من خلال الاهتمام المتوازى بمختلف الجنسيات وتقديم منتج مُختلط ومتنوع في سوق متنوع وخيالي، للحفاظ على نسبة الإشغال طوال أيام السنة وبالتالي على الإيرادات والعائدات، وذلك من خلال الاستفادة من مواسم الاحتفالات الخاصة بكل جنسية، مثل عيدي الفطر والأضحى في الدول العربية، وعطل المدارس والجامعات في بريطانيا، والعطلة الروسية ورأس السنة الصينية ورأس السنة الميلادية، بحيث يكفل المنتج المختلط إشغال الفنادق خلال السنة، بحالة من التناغم بين مختلف الجنسيات.

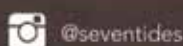
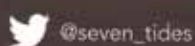
وتسعى «أتلانتس» إلى تقديم التجارب الفريدة لزبائننا، وتعدّ من أكثر المنتجعات التي يتواجد فيها Michelin star restaurants بأكثر من ٥٠ مطعمًا يميّزون بجودة الطعام وبتقديم الأطباق الفريدة والمتنوعة، إضافة



A WORLD-LEADING LUXURY PROPERTY DEVELOPER

Based in Dubai, United Arab Emirates, privately owned Seven Tides is an internationally oriented holding company established in 2004. Currently focusing on hospitality and real estate sectors, Seven Tides thinks progressively, works creatively and partners strategically. The result is a current portfolio of offerings from landmark hospitality acquisitions and commercial buildings to residential towers and multi-use complexes in the gateway cities of London and Dubai.

T. + 971 4 444 0700 | info@seventides.com



www.seventides.com

Julio Corredor (Alesayi Hospitality):

Our MoU with HotelRunner will play a pivotal role in shaping the Kingdom's evolving travel landscape

Julio Corredor, Executive Director at Alesayi Hospitality, proclaimed that they are very aligned with the Saudi Vision 2030 especially that they are owners, developers and asset managers of hotel investments, noting that they currently have four hotels in Jeddah and Mecca with a thousand room inventory and they are developing hotels and residences in Jabal Omar. He further mentioned that they have an interesting pipeline of new hotels coming up in Riyadh and Jeddah, declaring that the tourism sector is booming in Saudi Arabia. "The government has announced targets which in return have been exceeded and everybody is very aligned to bring Saudi Arabia to the next level and as Alesayi Hospitality we are supporting all these targets and initiatives".



With respect to sustainability, Mr. Corredor pointed out that their hotels are operated by Accor Group which has a "Planet 21 In Action" roadmap that sets out several mandatory benchmark actions according to the CSR, and thus they have reduced the use of plastic as much as they can and rolled out a program to combat food waste. On the other hand, Mr. Corredor stated that ATM provides a great opportunity to meet and network with a lot of people in one location, shedding light on the Memorandum of Understanding that they have signed on the sidelines of the event with HotelRunner, a global leader in hospitality and travel technologies, to propel the Kingdom of Saudi Arabia's travel industry into a new era of innovation and growth. "The partnership between HotelRunner and Alesayi Hospitality is poised to play a pivotal role in shaping the Kingdom's evolving travel landscape. Embracing the goals of Saudi Vision 2030, which aims to diversify the economy and enhance societal well-being, the partnership underscores the shared vision of both entities towards the transformational goals of the Kingdom", adding that with the scope of the MoU, HotelRunner and Alesayi Hospitality will equip hotels, travel agencies, and tourism professionals in the Kingdom of Saudi Arabia with the latest technology infrastructure powered by data, AI, and automation, supporting them in the transition from local to global, reinforcing the country's position as a dynamic and progressive global destination.

Moreover, he indicated that having a good partnership, active hotel management and committed hotel operator help to achieve targets and maintain consistently high occupancy rates, in addition to having the support of government and stakeholders in order to explore different markets, assuring that the unified GCC visa and the instant e-visa for UK, US, and Schengen visa holders have played a big role in attracting tourists to Saudi Arabia. "The Saudi Tourism Authority is accelerating efforts to make it easier for visitors from across the world to travel to Saudi. Through digitization, Saudi is increasing accessibility and connectivity, providing simplified entry routes to visitors, focused on enabling all travelers to enjoy the natural and cultural diversity of the Kingdom".

Ameen Al Darawsheh (The Torch Doha):

We have re-defined the idea of luxury service in the Middle East hospitality

Ameen Al Darawsheh, Hotel Manager and Group Sales & Marketing Director at The Torch Doha, assured that hoteliers have to be always aware about the latest technology in the market and adopt it in terms of helping the hospitality sector, stating that they are a technology-adapted hotel, declaring that The Torch Doha is the only hotel in the entire



world that uses the iPad system. "All 163 rooms and suites at The Torch are equipped with state-of-the-art iPads which offer guests customized in-room control such as order from in-room dining, mood & ceiling lights control featuring 12 different colors, curtain operation, room temperature control, access the internet on iPad and TV, listen to music and radio, guest check-in and history cleanup, set pre-arrival requests, DND, MMR and door bell requests, read online newspapers and access their hotel account. This shows that our vision focuses on guest convenience, control and speed of service. We have re-defined the idea of luxury service in the Middle East hospitality".

Mr. Al Darawsheh further proclaimed that the hospitality sector has suffered a lot after Covid-19 but started to recover year after year, pointing out that they are keen to maintain their reputation and compete with the best hotels located in Doha, adding that they don't leave any guest unsatisfied but on the contrary they try their best to resolve all the problems and issues facing him to make sure he comes back to their hotel.

Moreover, he said that they empower their employees through proper training in order to deliver the best service, announcing that The Torch Doha serves as a beacon of well-being, delivering an authentic 5-star experience, boasting 163 contemporary rooms and suites, housing three distinguished restaurants including a breathtaking revolving dining venue, a cutting-edge business centre, and an array of fitness and leisure amenities.

Cinnamon Life Integrated Resort...The epitome of comfort & luxury

The Cinnamon Life Integrated Resort is all set to open its doors to tourists in August 2024. The 4.5 million sq ft mixed-use development in Sri Lanka will be a sprawling complex featuring two residential towers, a cutting-edge shopping mall, and a state-of-the-art office tower, which currently houses the corporate office of Cinnamon Hotels & Resorts and the local operations offices of HCL Technologies. However, the real highlight will be its two luxurious hotels, boasting a total of 800 guestrooms and suites, ensuring guests experience the epitome of comfort and luxury.

Among the resort's features are 15 restaurants and bars, offering various gastronomic experiences accompanied by live entertainment in the evenings. From a 1920s-inspired lounge serving classical high tea to a contemporary take on Indian street food and charming southern French bistro dishes, guests can curate their culinary journey. For those seeking diverse flavors, the all-day dining restaurant will operate 24/7, showcasing dishes from around the world. In addition, the resort offers two wellness centres, a kids' club, 80,000 sq. ft. of



events and meetings space, and four swimming pools, including a private spa pool. And for those looking to try their luck, a world-class casino operated by an international license holder will be part of the Cinnamon Life Integrated Resort.

The resort will also have state-of-the-art event spaces, which include separate conference lobbies, spacious pre-function areas, and an extensive car park, noting that the venues range from a striking pillar-less ballroom with over 1,000 people to an exclusive cantilever space on Level 22, offering breathtaking city views.

Alessandro Cabella, Senior Vice President & General Manager at Cinnamon Life Integrated Resort, declared that retaining authentic flavors, which reflect the destination, is central to their new offering, pointing out that the resort will represent the best of the best, mentioning that the hotel complex will have a fine array of water-themed outlets. He further noted that the resort will offer the most extensive meetings, incentive, conferences & exhibitions venues within the island country, seating upwards of 5 thousand guests at any given time.

YOUR JOURNEY BEGINS WITH US

For more information, contact us on
(+974) 44858257



طيران الخليج
GULF AIR

Moritz Frings

(EAM – Sales & Marketing – Grand Hyatt Dubai):

Grand Hyatt Dubai is set to reach new heights with the introduction of its highly anticipated waterpark

Moritz Frings, EAM-Sales & Marketing at Grand Hyatt Dubai, declared that they were the first Hyatt Hotel chain in Dubai which went completely paperless, assuring that there isn't any other property at this moment that has all processes digital, indicating that at Hyatt, they are dedicated to making a positive impact on the environment. "In line with our purpose to care and our 2030 Environmental Goals, Hyatt is committed to advancing environmental action so that destinations around the world are vibrant for our guests,



colleagues, and communities. It is essential for us to provide our guests with a memorable experience while also being mindful of the planet". He further stated that, in line with the Dubai government announcement, they will become single-use plastic free by the end of 2024, revealing that this demonstrates the strides the brand has made globally in regard to advancing its purpose of care which is to care for the planet, people and bring to life responsible business across the communities it serves. On the other hand, Mr. Frings proclaimed that Grand Hyatt Dubai has always been famous in the region for meetings and events, noting that a large investment has been made to the property leading to the opening of an exhibition Centre attached to the hotel in 2022. "We have got the largest meeting space attached to any property in the region and with that facility, we are able to attract new business to the region and specifically to Dubai". Moreover, he mentioned that the allure of Grand Hyatt Dubai is set to reach new heights with the introduction of its highly anticipated waterpark, slated to open its doors in early 2025. "The waterpark, which is spread across 20 thousand square meters, will be free to enter for travelers staying at the hotel, and guests staying at other Hyatt properties in the city will also receive complimentary visits. Tourists and guests at other hotels will be able to buy tickets for the waterpark", adding that the park will have its own beach lagoon spanning 2 thousand square meters and filled with natural sand, as well as a huge wave pool, affirming that younger children aged one to five will be well catered to with their own splash area at the park designed around an "oasis in the city" theme, and private cabanas will cater to sun-seekers. "Our existing customers at the hotel will have unlimited access to the facility, and also we have 18 hotels and serviced apartments managed by Hyatt in Dubai, and those guests will also have access to the facility". Mr. Frings said that this new attraction is designed to appeal to families seeking a price point that is not within the ultra-luxury market, confirming that they want to develop more visitations to Dubai and so they are targeting families that don't need massive resorts but rather a place where their children can have an experience and everything they need, mentioning that North America is one of the key source markets especially that Emirates Airlines has done a tremendous job in having this good accessibility from the United States to the region, in addition to the European market especially UK and Germany. "One of the new source markets is Scandinavia where we are seeing families from Sweden, Denmark and Finland coming to experience the city and attractions as well as tourists from Belgium and Netherlands". Mr. Frings also noted that Dubai recorded an 11% increase in tourist numbers in the first quarter of 2024 as the emirate continued to benefit from a rebound in global travel demand after the coronavirus pandemic, stating that the emirate hosted 5.18 million international overnight visitors from January to March 2024, compared with 4.67 million tourist arrivals during the same period a year earlier. "The number of visitors in the first quarter of 2024 indicates that Dubai is on course for another standout performance this year after the emirate received a record number of visitors during 2023".

داني دميرجيان

(المدير العام لفندق إنتركونتيننتال – أبوظبي ورزیدنسز من إنتركونتيننتال):

حققنا نسب إشغال مرتفعة فاقت التوقعات



أشار المدير العام لفندق إنتركونتيننتال – أبوظبي ورزیدنسز من إنتركونتيننتال داني دميرجيان إلى افتتاح مطعم JONES SOCIAL الجديد الذي يوفر خيارات متنوعة من الأطباق المميزة، فضلاً عن الأجواء الساحرة والموسيقى. إلى جانب ذلك يحظى نزلاء الفندق والشقق الفندقية على الخدمات ذاتها.

ومن جهة أخرى، لفت إلى

تحقيق نسب إشغال مرتفعة فاقت التوقعات، فضلاً عن الأجواء الإيجابية من جانب النزلاء انطلاقاً من الخدمات المميزة التي تقدمها والموقع الاستراتيجي والتقنيات المتاحة التي توفر تجربة فريدة من نوعها في قطاع الشقق الفندقية.

أما بالنسبة للامتثال لمتطلبات الاستدامة، أكد دميرجيان أن الالتزام بهذا المفهوم يأتي في صلب استراتيجية مجموعة فنادق إنتركونتيننتال، حيث نعتد سلسلة من الاجراءات والمبادرات الهادفة التي تتماشى مع خطط وطموحات حكومة أبوظبي وهيئة السياحة التي تحرص على مواكبة القطاع الفندقي لمعايير الاستدامة. لافتاً إلى تحقيق نتائج إيجابية خلال العام ٢٠٢٣ مع عودة الحركة السياحية لدولة الإمارات وإمارة أبوظبي نتيجة التسويق لأماكن الجذب والانفتاح على أسواق جديدة.

ALEX WILLATS مديراً عاماً لدورف استوريا لوسيل



عين فندق دورف استوريا لوسيل WALDORF ASTORIA LUSAIL الدوحة، أليكس ويلاتس ALEX WILLATS مديراً عاماً جديداً للفندق. ويقدم أليكس خبرة متميزة مع أكثر من عشرين عاماً من القيادة في مجال الفنادق الفاخرة إلى أرقى الوجهات في قطر. ويعتد دور أليكس الجديد في فندق دورف استوريا

لوسيل الدوحة مهماً بشكل خاص بالنسبة له، حيث أمضى أكثر من إثني عشر عاماً في قطر خلال سنوات خبرته، ما جعل البلاد أقرب إلى قلبه وتعمق فهمه للثقافة المحلية وتراث البلاد الغني. وتمثل عودته إلى قطر في هذا المنصب المرموق عودة مهمة إلى قطر وتضيف بعداً شخصياً إلى التزامه المهني.



LONG BEACH
Campground

A magical

GLAMPING DESTINATION



SCAN TO EXPLORE
LONGBEACH
CAMPGROUND





أسامة النويصر

نائب الرئيس الأول للتسويق والتواصل المؤسسي في طيران الرياض؛

سنعلن أولى الوجهات قريباً ونتوقع تخطيها المئة خلال خمس سنوات

«طيران الرياض» شركة جديدة تنضم إلى قطاع الطيران والنقل الجوي في المملكة العربية السعودية. سيضم أسطولها ٧٢ طائرة من طراز بوينغ ٧٨٧-٩ دريم لاينر، على أن تعلن أولى وجهاتها الرسمية قريباً.

وتشكل الاستدامة عنصراً أساسياً في عمليات «طيران الرياض»، إذ ستطبق استراتيجيات خاصة بالاستدامة والبيئة الخضراء في كل عملياتها التنفيذية والتشغيلية والتجارية.

وكشف نائب الرئيس الأول للتسويق والتواصل المؤسسي في طيران الرياض السيد أسامة النويصر في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، أن بعد الإعلان عن أولى وجهاتنا الرسمية قريباً، ستعرض بعدها سلسلة إعلانات متواصلة حول الوجهات التي ستغطيها الشركة، متوقفاً أن تتجاوز المئة في فترة خمس سنوات بحلول عام ٢٠٣٠.

البيان

■ متى تم اطلاق «طيران الرياض»؟

– طيران الرياض قصة جميلة بدأت في ١٢ مارس من العام ٢٠٢٣، حيث كان الإطلاق الرسمي برعاية ولي العهد الأمير محمد بن سلمان ورئيس مجلس إدارة صندوق الاستثمارات العامة، وتماشياً مع الاستراتيجية الوطنية للطيران التي تعمل على ترسيخ

مكانة المملكة في مجال النقل الجوي. طيران الرياض الناقل الوطني الجوي الجديد من المملكة العربية السعودية ومن العاصمة الرياض، هو مثابة انطلاق عهد جديد ومستقبل جيد في قطاع الطيران والنقل الجوي عموماً، في شكل يخدم المملكة العربية السعودية وتاريخها العريق في قطاع الطيران.

كانت الانطلاقة مهمة جداً واستغرق التحضير لهذا الإطلاق أشهراً، وصولاً إلى اللحظة المناسبة والإعلان الرسمي عن الإطلاق بتوجيه من ولي العهد. لتبدأ بعد الإطلاق عملية تسويقية إعلامية عن طيران الرياض، وتوقيع اتفاقية طلب شراء ٧٢ طائرة من طراز بوينغ ٧٨٧-٩ دريم لاينر. وكانت الشرارة الأولى لتوقيع الاتفاقيات، والخطوة الأولى على خريطة الطريق وفق جدول زمني بدأ بإطلاق طيران الرياض.

طيران الرياض الذي يتميز بتكامل خدماته العالية المستوى وبالتزامه المعايير العالمية، يتموضع استراتيجياً بنموذج عمل متكامل الخدمات، ويعتمد أحدث التقنيات الرقمية الاستثنائية المتطورة في مجال الطيران وخدمات النقل الجوي.

استراتيجية.. ومهمات

■ كيف بدأ التحضير للعلامة التجارية الخاصة بطيران الرياض؟

– إن النشاط التسويقي المتمثل بخلق هوية وعلامة تجارية، عملية غير سهلة وتحتاج إلى الوقت والصبر وإلى فكر عالي، باستراتيجية تبدأ من الإدارة التنفيذية العليا وتنسحب إلى مختلف المهمات وأداء فريق عمل طيران الرياض. اخترنا هوية مميزة بألوان فريدة من نوعها، لون الخزامى الذي يرمز إلى المملكة ومستوحى من أزهار الخزامى في صحراء الرياض، ويرمز أيضاً

إلى استقبال الضيوف، إلى جانب اللون النيلي المتميز الذي يرمز إلى سماء المملكة وسط الصحراء.

ويجسد شعار طيران الرياض أجنحة الطائر وحركة الطيران ونافذة الطائرة التي تمثل ذاتها، وحرف R الذي تأصل بتواجدنا في المملكة العربية السعودية، كأهم عناصر النشاط

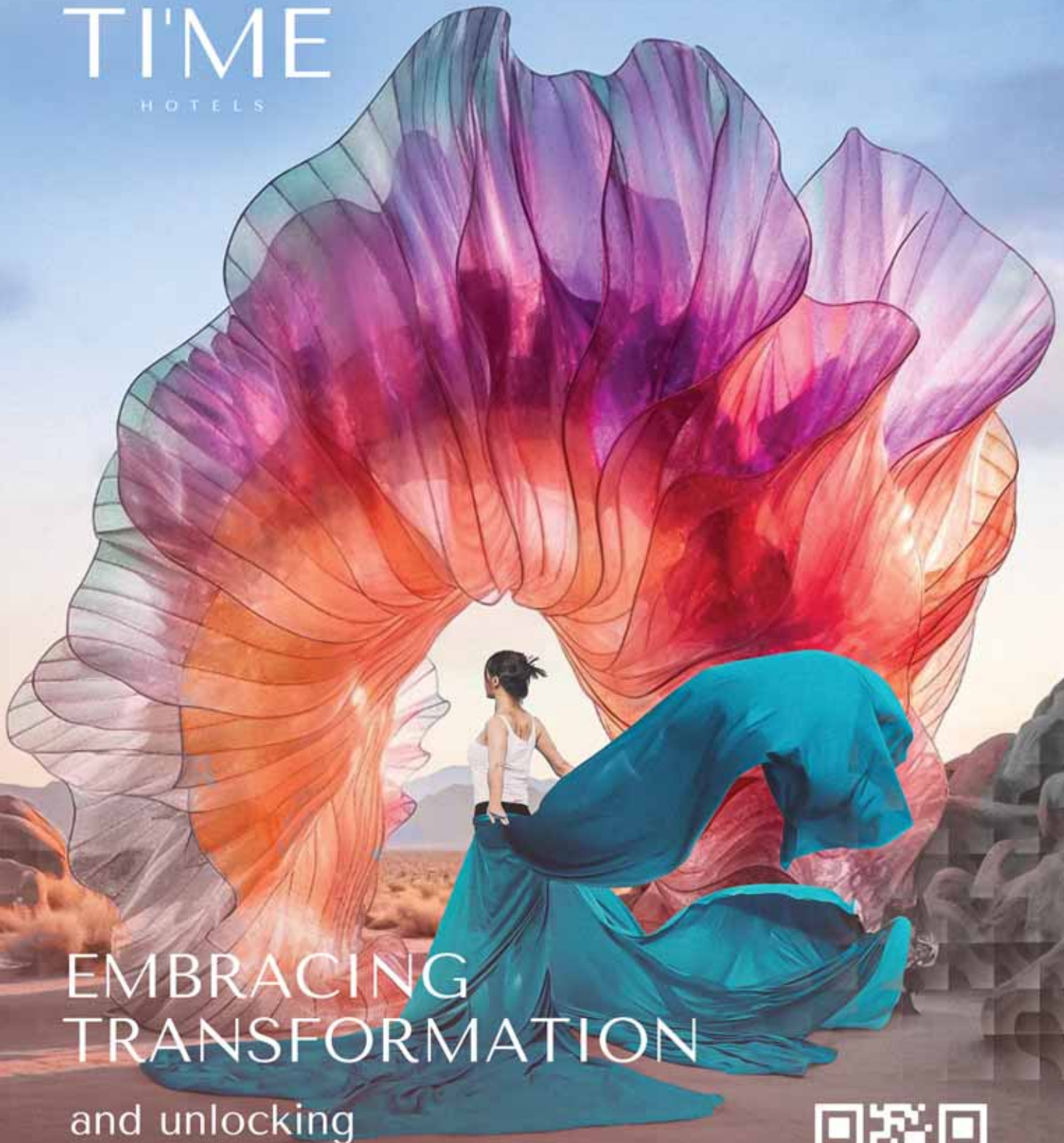
التسويقي، بحيث استغرق التحضير فترة ١٢ شهراً لتتطلق في مارس ٢٠٢٣، وتعرّف بطيران الرياض. وسنعلن عن أولى وجهاتنا الرسمية قريباً، لتعرض بعدها سلسلة من الإعلانات المتواصلة حول الوجهات التي سيقطعها طيران الرياض، والتي ستصل إلى أكثر من مئة وجهة بفترة خمس سنوات بحلول عام ٢٠٣٠، وهذا بذاته تحدٍ كبير، مع ما تستغرقه الناقلات العالمية للوصول إلى أكثر من ١٠٠ وجهة من سنوات تتجاوز العشر سنوات والعشرين.

الحفاظ على الأرض التي نعيش عليها

■ هل ستشهد خطط طيران الرياض تغييراً للتماشي مع «رؤية ٢٠٣٠» للمملكة وارتباطها بموضوع الاستدامة؟

– موضوع الاستدامة أساسي بالنسبة إلى المملكة عموماً ولكل كيان مملوك من قبل صندوق الاستثمارات العامة، وستشكل الاستدامة عنصراً أساسياً في عمليات طيران الرياض، بدءاً من التعامل مع الزبائن مروراً بالعمليات التكتيكية التي نراعي فيها السلامة البيئية والسلامة الجوية، وصولاً إلى تطبيق مبدأ الاستدامة الجوية المهمة جداً، لتغيير الصورة الذهنية للطيران كمصدر للتلوث. ويملك طيران الرياض ميزة تنافسية، لحداثة عهده وانطلاقه من الصفر، بحيث نستطيع تطبيق استراتيجيات خاصة بالاستدامة والبيئة الخضراء في كل عملياتنا التنفيذية والتشغيلية والتجارية، من خلال تبني استراتيجيات الاستدامة ورغبة المسافرين في المساهمة في موضوع الاستدامة، وبالتالي سيرتكز طيران الرياض على عنصر مهم جداً، يتمثل بالحفاظ على الأرض التي نعيش عليها. ■

H
TIME
HOTELS



EMBRACING
TRANSFORMATION

and unlocking
boundless opportunities

Visit our website to know more!
www.timehotels.com



نتالي سعد (المديرة العامة لفندق البستان رزیدنسز):



الرياض نقطة جذب سياحي متعدد الهدف

يعتبر فندق البستان رزیدنسز الذي تديره شركة الخزامي للضيافة السعودية المعروفة، مثابة أحد أفضل الأماكن للإقامة في مدينة الرياض، إذ يقع ضمن مجمع البستان وهو على مقربة من معالم المدينة مثل حديقة معالم العالم وبوليفارد الرياض سيتي ومنزه الملك عبدالله.

ويوفّر الفندق في مجمع البستان فيلادج، ميزة الاستفادة من الخدمات المتاحة داخل المجمع السكني، الذي يضم أربعة أحواض سباحة ومركزاً تجارياً ومطاعم ومقاهي، فضلاً عن مرافق الترفيه والأماكن المخصصة للاستجمام.

ولفتت المديرة العامة لفندق البستان رزیدنسز السيدة نتالي سعد في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، إلى أن الفندق في مجمع البستان فيلادج، يستقطب جنسيات عربية وأجنبية، وكذلك الشركات لتنظيم المؤتمرات والفعاليات. وأضافت سعد أن الرياض أصبحت مركزاً للنشاطات المختلفة ما جعلها نقطة جذب سياحي متعدد الهدف وهي تشهد نمواً في عدد الزوار.

الإشغال ٨٠٪ وثباته على مدى أشهر السنة مؤشر إيجابي

المتحدة، استراليا والولايات المتحدة وغيرها، ما ينعكس بدوره على قاعدة النزلاء إذ نستقطب الزبائن من جنسيات متنوعة، إضافة إلى جذب فئة الشركات لعقد المؤتمرات والفعاليات. وبالتزامن مع افتتاح وجهات جديدة مثل العُلا والدرعية، أضحت الرياض مركزاً للكثير من النشاطات والفعاليات ما جعلها نقطة جذب سياحي متعدد الهدف، وتشهد نمواً متسارعاً في أعداد الوافدين.

٨٠٪ نسب الإشغال على مدار السنة

■ ما هي نسب الإشغال المحققة؟

– يبلغ معدل الإشغال نحو ٨٠٪ على مدار أشهر السنة، لذا يعدّ ثبات المعدل طيلة العام مؤشراً إيجابياً. ونتطلع إلى المستقبل بنظرة تفاؤل في ظل ما تشهده البلاد من طفرة غير مسبوقة

وتحديداً في قطاع

السياحة، إذ يبذل المعنيون قصارى جهودهم لزيادة أعداد الوافدين وإطلاق الكثير من المبادرات لتنشيط الحركة السياحية، ما سينعكس بدوره على نسب الإشغال وتعزيز نمو القطاع الفندقية. ■



■ ما هي أبرز مميزات فندق البستان رزیدنسز؟

يقع الفندق في مجمع البستان فيلادج، ويوفّر للضيوف ميزة الاستفادة من الخدمات المتاحة داخل المجمع السكني، الذي يضم أربعة أحواض سباحة ومركزاً تجارياً ومطاعم ومقاهي، فضلاً عن مرافق الترفيه والأماكن المخصصة للاستجمام.

بُني الفندق منذ عشر سنوات، وتديره شركة الخزامي لإدارة الفنادق التي تعد من الشركات الرائدة في قطاعات الضيافة وإدارة الممتلكات، على مستوى المملكة العربية السعودية والشرق الأوسط. وانطلاقاً من خبرتنا في عالم الضيافة، كان لا بد من مشاركتنا في معرض سوق السفر العربي للاطلاع على أبرز المستجدات والتوجهات في قطاع السياحة.

نستقطب الزبائن من جنسيات متنوعة

■ تحوّلت الرياض إلى مركز جذب سياحي في الكثير من المجالات، ما هي أبرز الجنسيات الوافدة إلى الفندق؟

– يضم الفندق مختلف الجنسيات العربية والأجنبية، مثل مصر، الأردن، إيطاليا، الصين، المملكة

Humanising Communities



ROSHN Group is Saudi Arabia's most trusted multi-asset class real estate developer and giga project wholly owned by the Kingdom's Public Investment Fund (PIF)

ROSHN is building at an unprecedented scale, transforming the country's urban landscape with a vision for a new way of living.



ROSHN.sa

Andreas Jersabeck

(General Manager - Waldorf Astoria Doha West Bay):

Waldorf Astoria Doha West Bay promises to provide memorable moments & create timeless memories

Andreas Jersabeck, General Manager at Waldorf Astoria Doha West Bay, boasts over 40 years of international hospitality experience. Having worked with Hilton brands across the UK, Europe, Asia, and the Middle East, including iconic names like London Hilton on Park Lane and Hilton Doha, Mr. Jersabeck brings a global perspective to his current role. In a Q & A with Al Bayan Magazine, Mr. Jersabeck delves into the essence of luxury hospitality and the unique characteristics & features of their property, evaluating the Arabian Travel Market show, and highlighting their latest achievements.



“We are on the right track with the product that we have & the quality that we provide”

• **How do you evaluate the Arabian Travel Market 2024?**

- The Arabian Travel Market is the premier global event for the inbound and outbound travel industry in the Middle East. It excels at connecting products and destinations from around the world with buyers and travel trade visitors, creating substantial business opportunities. It's an essential platform for networking, negotiating, and conducting business through a series of on-stand meetings, interactive displays, seminars, panel debates, and networking sessions. Over the decades, ATM has significantly encouraged investment in regional tourism and facilitated its growth. It's also known for providing the industry's professionals with forward-looking insights by sharing new and insightful commentary from experts globally. For our newly opened hotel, ATM is an invaluable platform to connect with travel agent partners and colleagues, showcase and promote our hotel, and gain insights from top motivational speakers, entrepreneurs, and leaders across various sectors.

• **How do you evaluate the tourism sector in Qatar?**

- Qatar has performed exceptionally well, especially with the successful hosting of the World Cup, which attracted hundreds of thousands of visitors. However, the focus now shifts to sustaining this momentum post-World Cup. With a significant number of hotels in operation, collaborative efforts between the tourism board and airlines are crucial to maintaining and increasing visitor numbers. The positive impression left on World Cup visitors indicates a strong potential for repeat tourism, and there is substantial work ahead to continue promoting Qatar as a top destination.

• **Which nationalities are attracted to come and visit Qatar?**

- Qatar attracts visitors from across the region, with travelers from GCC countries constituting the highest percentage of arrivals. Key markets include Saudi Arabia, the UAE, and Kuwait. Additionally, we are seeing increased interest from the UK, Germany, and Switzerland. We are also making strategic efforts to tap into the Chinese and Japanese markets to further diversify our visitor base.

• **What are your latest achievements?**

- Waldorf Astoria Doha West Bay has recently achieved remarkable recognition at the prestigious World Travel Awards 2024, securing top honors in two coveted categories: “Middle East's Leading New Hotel” and “Qatar's Leading Luxury Hotel.” These accolades reflect our unwavering commitment to providing unparalleled luxury, exquisite service, and unforgettable experiences to our guests. We are deeply honored to receive such distinctions early in our journey. This success is a testament



من اليمين: ANDREAS JERASBECK وباسم دياب

to the dedication and hard work of our exceptional team, who continuously strive to exceed our guests' expectations. We remain committed to maintaining the highest standards of excellence and look forward to welcoming both local and international guests, ensuring memorable moments and timeless experiences for all who visit.

• **What are the main characteristics and features of Waldorf Astoria Doha West Bay?**

- Located in the heart of the Diplomatic Area, our impressive 44-story tower offers a refined haven for sophisticated travelers, featuring 283 Art-Deco-inspired rooms, suites, and 50 apartments. The hotel is conveniently situated just 250 meters from the Gulf beaches and less than a mile from the Doha Convention Center and City Center Mall, with major attractions like Souq Waqif and the National Museum of Qatar a short drive away.

Our hotel is renowned for its holistic wellness offerings, highlighted by the expansive four-floor Waldorf Astoria Spa & WA Fitness, which includes a hammam, hydrotherapy pools, and a wide range of treatments to ensure guests feel pampered and rejuvenated. Guests can also enjoy the main pool or private pools for men and women, and the 39th-floor Fitness Center, equipped with TechnoGym cardio and strength machines.

Dining at Waldorf Astoria Doha West Bay is a distinctive experience, from The Waldorf Astoria Afternoon Tea at Peacock Alley to our French Patisserie Ledoux, shisha terrace Al Fayrouz, all day dining restaurant Tribeca Market to specialty restaurants Muru and YUN, and not to forget our Cortland Bar and Cigar Lounge, offering a variety of culinary delights. Our versatile event spaces, supported by a dedicated events team, are perfect for gatherings of all sizes.

The exceptional service, marked by professionalism and personalized care, combined with the hotel's unique 1930s Art-Deco design, contribute significantly to its reputation. Since its opening, Waldorf Astoria Doha West Bay has quickly emerged as an iconic landmark, setting

new benchmarks and redefining the hospitality landscape in Qatar amidst the ever-growing competition in the city and region.

• **Are you satisfied with the occupancy rate?**

- I am pleased with the steady progress we are making. As a newly opened establishment, it takes time for a hotel to fully mature and for all our partners and guests to experience what we have to offer. However, with our exceptional product and unwavering commitment to quality, I am confident we are on the right path and will continue to see positive trends in occupancy rates month by month.



History and modern elegance merge in a unique way. The iconic Belle Epoque Landmark is a stone's throw from the old town and offers spectacular views over the Swiss Alps.

The hotel features 136 rooms and exclusive suites on the shores of Lake Lucerne.

Inspired by the beauty of the natural surroundings and focusing on local seasonal highlights, Modern French inspired restaurant Colonnade, vibrant MOzern Bar & Brasserie, refined six-seat Japanese Minamo, and Mediterranean-style restaurant Quai 10 delight with unparalleled dining experiences.

Indulge in an ultimate luxury getaway in the pocket sized Switzerland with exceptional service and timeless heritage.

ربيع زين: (المدير العام لفندق Sofitel أبو ظبي كورنيش):



سوفيتيل أبو ظبي: تجربة فريدة تجمع التقاليد المحلية وطريقة العيش الفرنسية

تمزج فنادق سوفيتيل Sofitel بين ثقافة البلد المتواجدة فيه وتقاليد، وطريقة العيش الفرنسية لتقديم تجربة فندقية فاخرة وفريدة.

ويُطبّق هذا المفهوم في فندق «سوفيتيل أبو ظبي كورنيش» الذي يميّز بموقعه في المنطقة الرئيسية في وسط أبو ظبي، ويتيح تخومه على الواجهة البحرية فرصة التجول على الكورنيش والاستمتاع بغروب الشمس.

وتحدّث المدير العام لفندق Sofitel أبو ظبي كورنيش السيد ربيع زين في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، عن تطور قطاع الضيافة معلناً أن القطاع الفندقي في أبو ظبي سجل مستويات إشغال قياسية هذه السنة، لأن الطلب موجود وكذلك التسهيلات متوافرة. وكشف عن المباشرة في إبرام العقود للعام المقبل لـ «الدخول إلى أسواق جديدة مع افتتاح المطار الجديد، وتسيير الرحلات المباشرة إلى مارسيليا وليون وميلانو ونيس في السوق الأوروبية الجنوبية، ولتعب «الورقة الفرنسية» بإدخال الماركات الفرنسية واستقدام الطهاة من فرنسا، وتنظيم فترات بعد الظهر على أنغام الموسيقى الفرنسية في جو من التصاميم المستوحاة من الثقافة والهندسة المعمارية الفرنسية».

■ ■ ■ باشرنا إبرام عقود للعام المقبل للدخول إلى أسواق جديدة ■ ■ ■

ما أثمر نتائج ممتازة ومميزة، لم أشهد مثيلاً لها في أي مكان آخر. وحقّقنا في «سوفيتيل» نتائج أفضل من تلك التي سجلناها العام الماضي بنسبة ٣٠٪. وتحقق أبو ظبي تحسناً لم نشهده سابقاً في الطرق والمتاجر والمعارض وميادين التسلية من حفلات موسيقية ومهرجانات.

متفائلون بنتائج هذه السنة للعام المقبل

■ ما هي توقعاتكم لعام ٢٠٢٤؟

– شهد القطاع الفندقي في أبو ظبي مستويات إشغال قياسية هذه السنة، لأن الطلب موجود وكذلك التسهيلات متوافرة، بدعم من هيئة السياحة التي تؤمّن وصول السياح إلى البحر والحدائق. ونحن متفائلون بما سيحققه الموسم السياحي لهذه السنة، وكذلك الأمر بالنسبة إلى عام ٢٠٢٥. وبأشرنا بإبرام العقود للعام المقبل، للدخول إلى أسواق جديدة مع افتتاح المطار الجديد، وتسيير الرحلات المباشرة إلى مارسيليا وليون وميلانو ونيس

في السوق الأوروبية الجنوبية، لنلعب «الورقة الفرنسية» بإدخال الماركات الفرنسية واستقدام الطهاة من فرنسا، وتنظيم فترات بعد الظهر على أنغام الموسيقى الفرنسية في جو من التصاميم المستوحاة من الثقافة والهندسة المعمارية الفرنسية. ■



■ ما هي الاستراتيجية المعتمدة في فندق «سوفيتيل» Sofitel؟

– نهدف من خلال الاستراتيجية المعتمدة في فندق «سوفيتيل» إلى تسويق أبو ظبي كوجهة سياحية عالمية، للدخول إلى أسواق جديدة من خلال فندق «سوفيتيل» أبو ظبي الواقع على الواجهة البحرية للكورنيش، والذي يتمتع بمميزات كثيرة، أولها موقعه الذي يستقطب السياح لقضاء عطلة مميزة.

نعمل بجدية على صعيد الحفاظ على البيئة

■ ما هو جديد «سوفيتيل» مع توجّه قطاع السياحة والضيافة للحفاظ على البيئة؟

– لا يحتوي فندق «سوفيتيل» على أي عبوة بلاستيكية، ونعمل على إعادة تدوير كل شيء من اللوازم في الفندق، كما ننتج المياه الخاصة بنا، فيما نعتمد لتوفير الطاقة مراقبة استهلاك الإضاءة والمكيفات وترشيده. وفي هذا الإطار، نطلب من الضيوف مشاركتنا في الحفاظ على الطاقة، واستطعنا بناءً على ذلك تخفيض استهلاكنا للطاقة بنسبة ١٥٪ خلال خمسة أشهر العام الماضي.

حققت «سوفيتيل» نتائج أفضل

من تلك المسجلة العام الماضي

■ كيف توظّف خبرتك في قطاع الفنادق والضيافة في «سوفيتيل» أبو ظبي؟

– شملت تجربتي في قطاع الفنادق البحرين وإمارات أخرى وعمان، ولقنتني في أبو ظبي اهتمام هيئة السياحة وتعاونها ودعمها المتواصل،

Manish Jha

(General Manager - NH Collection Dubai The Palm):

We are blessed with our occupancy rate

Manish Jha, General Manager of NH Collection Dubai The Palm, is a dynamic and conscientious senior hospitality executive holding more than 20+ years of international experience across India, Maldives, Seychelles, and Thailand. Has held numerous high-impact leadership positions for leading global companies and has won numerous prestigious industry excellence awards. Mr. Jha is well versed at creating business strategy to achieve set goals, asset management, complex operations management, P&L management, financial management and workforce management, especially that he has worked across leading city hotels, luxury resorts and multi property set ups and pre openings. He is an innovator who thrives on developing highly efficient cross-functional teams that deliver outstanding results. Following is the interview Al Bayan Magazine conducted with Mr. Jha during the Arabian Travel Market.



• **To what extent are you focusing on sustainability at your hotel?**

- The NH Collection Dubai The Palm has been focused on environmentally conscious operations since opening in 2023. The property is recognized as the first hotel in Dubai to offer vegan-friendly rooms, which caters to a diverse and eco-conscious clientele from around the world. The vegan friendly rooms offer duvets, pillow fillings, and mattress toppers made from sustainable materials. Guests will also find a selection of vegan amenities in the room, along with compostable amenities and vegan snacks. We also use exclusively vegan-friendly wet amenities in the rooms. The wet amenities are 100 per cent vegan, while the dry amenities are made from sustainable products, free from animal-derived ingredients and which have never been tested on animals too. These products are free from sulphates, parabens, silicon, and gluten too. Moreover, across all 532 rooms and a full range of dining, meeting, and leisure facilities, we maintain rigorous recycling and repurposing procedures. Separation of plastic, cans, paper, glass, and biodegradable waste is a vital part of operations for all departments and services. The hotel has also established partnerships with sustainable suppliers to minimize carbon footprint and contribute to community development, with a minimum of 80% of the products offered to guests locally sourced. In addition to its premium amenities, NH Collection Dubai The Palm has implemented sustainable options for touchpoints around its property – including wooden guest key cards and digital buffet tags – and adopted a strict zero-plastic policy, along with an in-house water bottling system to eliminate the need for plastic water bottles altogether. Additionally, solar panels generate hot water, and condensed water from the air conditioning system is repurposed for irrigation purposes. Furthermore, our premium ingredients are sourced from locally-farmed, free-range, and organic suppliers. Plastic straws have been replaced with sugar cane, cleaning chemicals are eco-friendly, and single-use plastic alternatives such as bamboo flasks and organic cotton bags are provided across the hotel. Overall, sustainability is at the core of our ethos at NH Collection Dubai The Palm. It is worth mentioning that we have recently received the Green Collection Platinum Certification by Green Growth 2025. Our hotel, which recently celebrated its inaugural year, has been recognized for its innovative approaches towards exceptional guest service and sustainability initiatives. As we celebrate this milestone, we look forward to continuing on our journey as we ensure that every guest experience on our property contributes to a more sustainable future.

• **What makes NH Collection Dubai The Palm special and unique?**

- NH Collection Dubai The Palm is a luxury hotel in Dubai featuring upscale amenities at an accessible cost, with guest suites and amenities brimming with energy and local character. Visitors to the hotel can experience a wide range of premium offerings to make their stay an enjoyable one, including View 180 rooftop infinity pool with 360-degree views, access to the beach, Soul Senses Spa, 7 Sports Bar and two different dining locations. NH Collection Dubai The Palm is situated at the heart of Dubai's famous Palm Jumeirah, with direct access to West Palm Beach and 360-degree views across the city. The hotel is centrally located near all the attractions of The Palm and Downtown Dubai, while also being easily accessible from Dubai International Airport, Dubai Old Town and business zones throughout the emirate and the wider UAE. NH Collection Dubai The Palm represents the brand's debut both in the United Arab Emirates and the wider Middle East region, and is part of an existing portfolio of over 90 NH Collection properties worldwide, known for their outstanding services and facilities. Our staff provides the utmost attention to detail, ensuring that guests wish to relive continuously their extraordinary experiences and get ready to feel in virtue of personalized and superior guest service. Whether for business travels or leisure, as well as wishing to meet or seek relaxing moments, NH Collection Dubai The Palm offers inspiring, versatile, and stimulating venues for maximizing creativity and enjoyment.

Syed Qamar Ali

(Multi-property Director of Sales & Marketing – Gromaxx Hotels Management):

We are dedicated to enriching the lives of our guests

Gromaxx Hotels Management is a prominent and innovative hospitality management company that is specialized in operating and overseeing a diverse portfolio of hotels, hotel apartments, real estate, catering services and laundry services. With a commitment to excellence, guest satisfaction, and maximizing returns for property owners, Gromaxx Hotels Management has established itself as a leader in the hospitality industry. It is committed to redefining the hospitality sector through innovation, exceptional service, and unparalleled guest experiences. With a portfolio of luxurious and distinctive properties, it stands as a beacon of excellence in the world of hospitality management. In a Q & A with Al Bayan Magazine, during the Arabian Travel Market, Mr. Ali gave us an idea about their company, highlighting its special and unique characteristics, discussing the best strategies to maintain high occupancy rates and talking about their upcoming plans. Below is an account of the interview.



“Gromaxx Hotels Management believes in the transformative power of exceptional”

• **What are you showcasing at the Arabian Travel Market?**

- We are launching our brand new hotel La Quinta by Wyndham in Abu Dhabi. This is going to be the first ever La Quinta in the capital city USP of this property in its location. La Quinta is located right to the Al Wahda Mall in the heart of the city. It is easily accessible to all with close proximity to the central Bus Station, Shopping Malls, Business Centers and Entertainment Centers. This vibrant property has 107 rooms, multi-cuisine restaurants, clubs, fitness center, spa, swimming pool, market place etc.

• **What makes Gromaxx Hotels Management special and unique?**

- Since its inception, Gromaxx Hotels Management strived to consistently deliver exceptional hospitality experiences, setting the standard for quality, innovation, and sustainability in the hotel industry. We are dedicated to enriching the lives of our guests, team members, and communities, driven by a passion for excellence and a commitment to responsible stewardship. Gromaxx Hotels Management is now entrusted with the management of 14 outstanding hotels and hotel apartments. This accomplishment is a testament to the hard work and dedication of our entire team, as well as the unwavering support of our valued partners. One of our most cherished partnerships is with Wyndham, a globally renowned brand in the hospitality industry. Their commitment to quality and exceptional guest experiences perfectly aligns with our own values. Together, we have worked tirelessly to elevate the standards of hospitality and deliver memorable stays for our guests. While we take great pride in our exceptional hotels and hospitality services, our commitment to innovation and quality has led us to venture into a range of diverse businesses, from pioneering the first-of-its-kind commercial laundry service in Abu Dhabi with Sparkle Laundry and Drycleaners to providing top-notch real estate service with Oasis Spectrum Real Estate LLC. Additionally, our enchanting Yacht and City Tours offer a unique way to experience the beauty of our surroundings. At Gromaxx, our dedication to excellence knows no bounds, and we invite you to explore the many facets of our thriving enterprise. As we continue to grow and diversify our business, we remain committed to providing exceptional service, maintaining the highest standards of quality, and creating unparalleled experiences for our guests. We are keen to be the preferred global leader in hotel management and hospitality services by providing the best guest experiences, driving sustainable growth, cultivating strategic partnerships, embracing innovation and technology, empowering our team members, engaging with the community, and expanding our international presence.

• **What strategies do you employ to maintain consistently high occupancy rates?**

- The market dynamics have changed nowadays. Previously, the market was totally dependent on the corporate but these days the trend has changed. We started witnessing more leisure travel and MICE business besides corporate. Also, the online travel agency business has improved and as a result of all these put together, we are having good occupancy rates. It is worth mentioning that from January till May, we had around 95 percent occupancy.

• **What are your upcoming plans or initiatives?**

- Previously, our focus was on the European, Russian and CIS markets as well as Indian and Chinese markets but going forward, we will be concentrating on the GCC market.

خالد الجمل

(مدير عام جي دبليو ماريوت - الرياض - JW MARRIOTT - RIYADH)؛

نحن مقبلون على مرحلة واعدة من الحركة السياحية

في فندق جيه دبليو ماريوت - الرياض، يختبر المقيم فيه الفخامة والأناقة والراحة في قلب منطقة التجارة والأعمال الجديدة. فيما تطل غرفه المؤنثة بألوان دافئة وهادئة، على مشهد بانورامي رائع للمدينة.

والى الميزات التي يتمتع بها الفندق موقعاً وإطلالة، فهو يقدم خيارات متعددة من الأطباق والمأكولات العالمية ضمن مجموعة واسعة من المطاعم الفاخرة.

إلى ذلك، رسّخ جي دبليو ماريوت الممارسات الواعية بيئياً تماشياً مع التوجهات العالمية لاعتماد الاستدامة في القطاع السياحي، لذا استحدثت استراتيجيات صديقة للبيئة يعتمدنها في إدارة المنشأة.

وأعلن مدير عام جي دبليو ماريوت - الرياض JW MARRIOTT السيد خالد الجمل في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، أن «القطاع السياحي بات ركيزة أساسية ضمن تلك التي تعتمد عليها استراتيجيات التنوع الاقتصادي في المملكة العربية السعودية». وكشف أن الفندق يسجل معدلات إشغال ممتازة على غرار الفنادق الأخرى مدفوعة بالزيادة المطردة لأعداد الوافدين والانفتاح الذي بدأته المملكة منذ فترة.



الشركات الرائدة في ترسيخ الممارسات الواعية بيئياً من خلال استحداث استراتيجيات صديقة للبيئة، والعمل على التقليل من التلوث بتطبيق ممارسات خضراء في أعمال الصيانة والخدمات اللوجستية، وخفض فاقد الطعام وتوفير الطاقة النظيفة وإدارة استهلاك المياه والحد من الانبعاثات. كما أضحت هذه الممارسات ضمن أولويات عملنا، وتحظى باهتمام واسع من قبل النزلاء وشركاء الأعمال الذين نتعاون معهم.

■ ما هي أبرز مميزات فندق جي دبليو ماريوت الرياض؟

- يتميز الفندق بموقعه الاستراتيجي في شارع الملك فهد، إلى جانب الإطلالة المميزة وتنوع خيارات الغرف والخدمات الراقية التي تتوافر للنزلاء.

كما يقدم الفندق خيارات متعددة من الأطباق والمأكولات العالمية ضمن مجموعة واسعة من المطاعم الفاخرة، التي نال اثنان منها جوائز عالمية، إذ تُعد الأفضل على مستوى المملكة العربية السعودية. ويتميز الفندق أيضاً بخدمة الـ"OUTSIDE CATERING" للمناسبات والاحتفالات.

إلى جانب ذلك، يوفر الفندق خدمات متنوعة مثل النوادي الصحية وأحواض السباحة، والكثير من المميزات التي تضعنا في طليعة الفنادق على مستوى الرياض.

حققنا معدلات إشغال ممتازة

■ كيف تقيّمون معدلات الإشغال المحققة؟

- يسجل الفندق معدلات إشغال ممتازة على غرار الفنادق الأخرى مدفوعة بالزيادة المطردة لأعداد الوافدين والانفتاح الذي بدأته المملكة منذ فترة، وهما سيساهمان في اكتشاف المعالم السياحية والثقافية والوجهات البارزة التي تتميز بها المملكة، فضلاً عن جذب الاستثمارات الخارجية إلى السوق المحلية للعب دور المساهم في الاستراتيجية الوطنية لتطوير المنظومة السياحية والفندقية. ■



■ كيف تقيّمون القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية في المرحلة الراهنة؟

- تشهد المملكة العربية السعودية طفرة سياحية غير مسبوقة، إذ بات القطاع السياحي ركيزة أساسية ضمن تلك التي تعتمد عليها استراتيجيات التنوع الاقتصادي في الدولة، إلى جانب الجهود المبذولة لتنظيم الكثير من الفعاليات العالمية الكبيرة. وبحسب ما تظهر الأرقام، فنحن مقبلون على مرحلة واعدة من الحركة السياحية، لاستكشاف الوجهات السياحية والترفيهية البارزة.

■ ما هو الدور الذي تلعبه وزارة السياحة وهيئة السياحة في الانفتاح الذي تشهده المملكة العربية السعودية؟

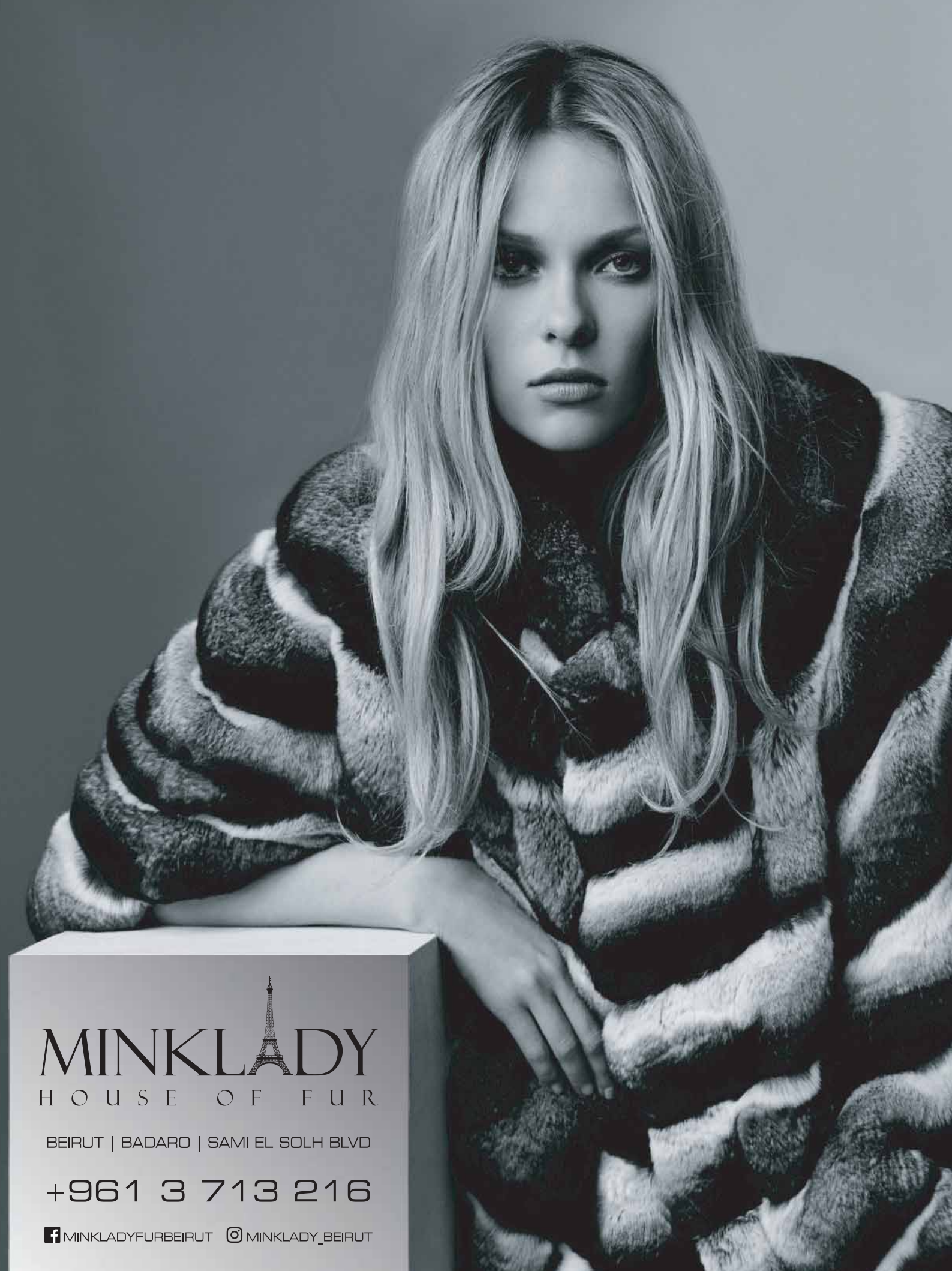
- تبذل الجهات المعنية خطوات حثيثة وجبارة لإبراز المملكة كوجهة سياحية وتسويقها عالمياً ومحلياً وجذب الزوار إليها، إلى جانب العمل على تطوير منتجات تحاكي مختلف الأذواق والجنسيات، لاستقطاب الوفود سواء للترفيه أو العمل أو سياحة المؤتمرات والمعارض. كما تسعى هيئة السياحة جاهدة إلى المشاركة في الفعاليات والمنتديات الإقليمية والعالمية، للتعريف أكثر بالخدمات والوجهات السياحية البارزة، ما جعل المملكة وجهة ومقصداً لأهداف سياحية ودينية وثقافية.

استحدثنا استراتيجيات صديقة للبيئة

■ كيف ترون مستقبل السياحة المستدامة؟

- أضحت الاستدامة توجهاً عالمياً للحفاظ على البيئة بالتزامن مع إطلاق معظم القطاعات ومبادرات هادفة لتطبيق هذا المفهوم ومنها في القطاع الفندقية، حيث بدأ الكثير من المنشآت الفندقية بتطبيق الممارسات الخضراء لتحقيق التنمية السياحية المستدامة، حيث تعمل على مضاعفة جهودها للوصول إلى صفر انبعاثات صافية، عبر اعتماد حلول مبتكرة وسياسات تحقق أهداف الاستدامة.

ونحن في جي دبليو ماريوت من



MINKLADY
HOUSE OF FUR

BEIRUT | BADARO | SAMI EL SOLH BLVD

+961 3 713 216

 MINKLADYFURBEIRUT  MINKLADY_BEIRUT

محمد الخطيب (المدير العام لفندق ريكسوس أبحر جدة RIXOS OBHUR JEDDAH):

افتتاح أول منتج شاطئي في جدة يقدم مفهوم الإقامة الشاملة في الربع الأخير من ٢٠٢٤



ريكسوس أبحر جدة RIXOS OBHUR JEDDAH، معلم جديد وفخم من فئة خمس نجوم يجتمع فيه منتج وفندق على خليج أبحر على البحر الأحمر، سينضم في الربع الأخير من العام الحالي إلى قطاع السياحة والضيافة في المملكة العربية السعودية.

لدى اللقاء نظرة على نموذج تصاميم المنتج والفندق، تتبلور الصورة عنهما وتمايزهما بالموقع على شاطئ خاص جميل، وعن المرافق التي ستشكل ملاذاً للرفاهية والراحة وبيئة تتيح الاستمتاع بما يحيط بهما من مساحات خضراء وإطلالة خلابة على المحيط. ويتألف المنتج من ٧٤ فيلا والفندق من ٢٥٠ غرفة وجناحاً، تتصل بشواطئ رملية ذهبية.

مفهوم علامة فنادق ريكسوس التي تدخل للمرة الأولى إلى المملكة، يختلف عن مثيلاتها من المؤسسات الفندقية، إذ تحمل ميزة وفردة في معايير الضيافة، وتتيح تجارب مبتكرة تمزج بين معالم الضيافة القديمة والحديثة.

وتُعزى هذه الفردة التي تتميز بها علامة ريكسوس إلى أسلوب الإدارة الذي تعتمده، إذ أكد المدير العام لفندق ريكسوس أبحر جدة RIXOS OBHUR JEDDAH السيد محمد الخطيب في مقابلة مع «البيان الاقتصادية»، إن مفهوم الإقامة الشاملة كلياً والحفاظ على أجواء رفاهية نابضة بالحياة ومليئة بمغامرات محببة للعائلة، يؤكد على تميز تجربة ريكسوس وفرداتها، الذي يجسد على أرض الواقع عظمة الأحلام وأفضل إقامة للجميع. وتوقع أن تكون نسبة الإشغال عند الافتتاح بنسبة ٥٠٪، على أن تتبلور الأمور في الربع الأول من العام المقبل.



كيف تقيّمون واقع القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وتحديداً في مدينة جدة؟

– تضطلع الجهات المعنية والهيئات السياحية بدور فاعل في دعم القطاع الفندقي وزيادة معدلات الإشغال، بما يتماشى مع أهداف «رؤية ٢٠٣٠» من خلال إطلاق مجموعة من البرامج والفعاليات لجذب عدد أكبر من الزوار، إلى جانب الانفتاح على أسواق جديدة مثل روسيا وعدد من الدول الأوروبية للتعريف بالمزايا والمقومات السياحية التي تزخر بها البلاد.

أول منتج شاطئي شامل كلياً في جدة

■ ما هي ميزات فندق ريكسوس أبحر جدة؟

– سيفتح الفندق أبوابه أمام الزوار في الربع الأخير من العام الحالي، وهو أول منتج شاطئي في جدة يقدم مفهوم الإقامة الشاملة كلياً وفيه مجموعة من المزايا مثل الشواطئ وأحواض السباحة وإطلالة بانورامية خلابة، ويتألف من ٢٥٠ غرفة وجناحاً، فضلاً عن ٧٤ فيلا. كما يضم مرافق وفعاليات عائلية من فئة خمس نجوم، إضافة إلى تلك الترفيهية التي تشمل جدولاً يومياً من العروض الترفيهية والمسرحية المذهلة ونادياً للياقة البدنية ومنتجعاً صحياً للسيدات والرجال ونادياً للأطفال والمراهقين. إن يمثل هذا المنتج مكاناً مثالياً للاسترخاء والاستمتاع بالمناظر الطبيعية الخلابة، ما يضمن حصول الضيوف على تجربة فريدة من نوعها.

وجهات استجمام إستثنائية ورائعة تفوق الخيال

■ تشهد المملكة العربية السعودية افتتاح عدد كبير من الفنادق. برأيكم، ما الذي يميّز فنادق ريكسوس عن مثيلاتها؟

– لا شك في أن مفهوم فنادق ريكسوس، التي تعد واحدة من أسرع المجموعات الفندقية الفاخرة نمواً في العالم، مختلف ومميّز وفريد من نوعه، إذ تتيح لنزلائها أرقى معايير الضيافة وتجارب مبتكرة تمزج بين معالم الضيافة القديمة والحديثة. ويجمع

ريكسوس بين المزايا الشاملة والامتيازات الحصرية، إذ يقدم وجهات استجمام إستثنائية ورائعة تفوق الخيال وتفتح عالماً جديداً من الأفاق للنزلاء. إن توظيف خبرتنا العريقة للموازنة بين مفهوم الإقامة الشاملة والحفاظ على أجواء رفاهية نابضة بالحياة ومليئة بمغامرات محببة للعائلة، يؤكد على تميز تجربة ريكسوس وفرداتها، الذي يجسد على أرض الواقع عظمة الأحلام وأفضل إقامة للجميع. ومن المعروف أن كل فنادق ريكسوس تضم منتج سبا ومركزاً للياقة الصحية مع حمام تركي تقليدي مميّز، متيحة بذلك أرقى خدمات سبا العلاجية وسط أجواء مفعمة بالراحة.

نتوقع تخطي نسب الإشغال ٥٠٪

■ كيف تتوقعون أن تكون نسب الإشغال في الفندق عند افتتاحه خلال شهر سبتمبر؟

– نضع آمالاً كبيرة على الفندق، ونتطلع إلى أن يستقطب أعداداً مذهلة من النزلاء لا سيما من أوروبا ورابطة الدول المستقلة. وبحسب الخطة الموضوعية يُتوقع أن تتخطى نسب الإشغال ٥٠٪ عند افتتاحه، على أن تتبلور الأمور بصورة أوضح في الربع الأول من العام المقبل. ■

Firas Sharrouf

(General Manager – Fairmont Bab Al Bahr):

We embrace innovation & consider sustainability in every approach we do at Fairmont Bab Al Bahr

Firas Sharrouf, General Manager of Fairmont Bab Al Bahr, is a results-driven management executive with over 20 years of experience in the hospitality industry. His career began in Beirut and expanded internationally to Dubai, where he worked with prestigious hotel chains such as Jumeirah Group, Shangri-La, and Address Hotels. Firas has demonstrated his expertise in managing projects, enhancing customer service, and improving operational efficiency. At Accor Group, he excelled as Director of Operations and Interim General Manager at Fairmont Marina Hotel and Residences in Abu Dhabi, where he successfully inaugurated Fairmont Residences and oversaw property acquisitions in Qatar and Bahrain. As General Manager at Sofitel Abu Dhabi Corniche, he implemented strategic initiatives to elevate guest experiences. Now at Fairmont Bab Al Bahr, Firas leverages his deep knowledge of the Fairmont brand and the Abu Dhabi market to continue the hotel's legacy of excellence and luxury. Al Bayan Magazine met Mr. Sharrouf during the Arabian Travel Market and conducted the following interview.



• The main theme for ATM 2024 is “Empowering Innovation – Transforming Travel through Entrepreneurship.” How are you contributing to achieving this goal?

- At Fairmont Bab Al Bahr, we embrace innovation as the core of our operations. While we follow standard procedures, we tailor every guest experience to meet individual needs. This approach encourages our team to innovate and come up with out-of-the-box ideas, ensuring each guest receives personalized attention that meets and exceeds their expectations.

• How do you assess the performance of the hospitality sector?

- Hospitality in Abu Dhabi has seen significant development, thanks to the efforts of the Department of Culture and Tourism. At Fairmont Bab Al Bahr, we've followed these trends and observed substantial year-on-year improvements. With the hotel's leadership, Fairmont guidance and the DCT's support, we've grown our business across all segments. Last year was particularly successful, and the first quarter of this year has been exceptionally healthy in terms of occupancy and average daily rates. For example, in February, we achieved 90% occupancy, reflecting our satisfaction and gratitude for the year's start.

• In your opinion, what measures can be taken to make travel more sustainable?

- At Fairmont Bab Al Bahr, sustainability is integral to our approach. We've secured the prestigious Green Globe Certification, marking us as the first Fairmont property in the UAE to receive this recognition. Central to this achievement is our operational water bottling plant, which transforms air into water, making the hotel a plastic-free haven. This initiative produces 7,000 liters of water daily for our rooms and suites, leading to significant energy savings. We also use the Winnow system to reduce food waste, with AI-powered devices in our kitchens tracking and analyzing waste, achieving a 10% reduction in food waste in the first year and aiming for a 50% reduction. We also calculate our carbon footprint to drive further sustainability efforts.

• What strategies do you employ to maintain consistently high occupancy rates?

- Maintaining high occupancy starts with a strong foundation. We prioritize our team's well-being, ensuring a healthy work environment. We also focus on guest satisfaction, emphasizing their safety and security. By achieving team and guest satisfaction, we build a great market reputation, encouraging repeat visits and maintaining high occupancy rates.

• What are your upcoming plans or initiatives?

- With the rapid advancement of technology, we strive to stay at the forefront with cutting-edge solutions. We've upgraded many systems and integrated new initiatives, continuously enhancing, renovating, and restoring our hotel. We also focus on enhancing the colleague experience through new training and support. Embracing artificial intelligence, we've integrated tools like WhatsApp for business and seamless booking systems for our F&B outlets. Additionally, we are shifting from traditional to digital marketing to stay engaged with our audience.

Dimitris Manikis

(President Europe, Middle East, Eurasia and Africa (EMEA) –Wyndham Hotels & Resorts):

Consumers are the final judges and sustainability requires decision-making & commitment



Dimitris Manikis, President of EMEA at Wyndham Hotels & Resorts, is an experienced hospitality industry professional with a demonstrated history of working in the leisure, travel & tourism industry. Skilled in marketing management, negotiation, diverse team leadership and years of experience across many countries around the world, he focuses in his current role on driving the strategic objectives of Wyndham Hotels & Resorts including quality and technology solutions as well as new business, loyalty, sales and marketing and maximizing the performance of all new and existing franchise and managed hotels. Mr. Manikis's passion for people and work ethic comes from his father, who built up a grocery retail business in Athens where Mr. Manikis learned that the value of elevated customer service and hard work are the foundations of success in both business and life. Al Bayan Magazine conducted an interview with Mr. Manikis during the Arabian Travel Market and following is the Q & A.

• The main theme for ATM 2024 is “Empowering Innovation – Transforming Travel through Entrepreneurship”. How are you contributing to achieving this goal?

- ATM is an amazing event and there's a lot of discussion about what is the next big thing in travel. For us at Wyndham, we have an office in Dubai and about 70 hotels in Middle East and Africa. We've got a very strong pipeline and staff that we employ locally. What is important especially from the innovation side is the brands that one can bring into the area as well as what can be done in terms of sustainable hospitality. Moreover, the other crucial thing is how to find the right resources for the hotels and how to use technology in order to enhance the product offering along with the new concepts deployed. We are hearing a lot about lifestyle, economy versus luxury, branded residences, etc... I think Dubai is the place where all of these concepts find a way to represent themselves.

• How do you assess the performance of the hospitality sector?

- Consumers are the final judges. Everything that happens in any business depends on the people that buy a certain product because they are the final judges. For us, what is important is seeing the occupancy rising, finding franchise owners for our brand, seeing more consumers spending their times in our hotels, etc... Taking all these into consideration, we can clearly say that we are very successful because consumers make the final choice to choose our hotels versus the competitors.

• In your opinion, what measures can be taken to make travel more sustainable?

- Sustainability is a big discussion point. It is not something that can be resolved in a day. It will take time. For us, it is all about education. We should educate our staff, consumers, governments and brands. Societies get transformed through education and as a result, things become easier. Overall, sustainability is an investment and requires decision-making, focus, time and commitment.

Brand awareness & technology are essential to maintain high occupancy rates

• What strategies do you employ to maintain consistently high occupancy rates?

- It all starts with brand awareness; how consumers know about your brands and then it's about our sales and marketing tactics which means what one can do to promote the hotels, brands and destination. Moreover, the third pillar is technology and the more one invests in technology, applications, and things that make the brand better-known, the more he will be able to maintain and achieve high occupancy rates and increase guest experience.

• What are your upcoming plans or initiatives?

- We want to grow sustainably and in the right locations with the right owners, and more importantly we want to introduce new brands into the region. Last year, we bought a fantastic brand in Europe called Vienna House and our plan is to bring this brand to the Middle East.

أمسا للضيافة ومجموعة فنادق راديسون توسعان شراكتهما



من اليمين: عامر رياض، محمد العذل، إيلي ملكي وباسل طلال

وقعت أمسا للضيافة AMSA ومجموعة فنادق راديسون RADISSON عقد شراكة لافتتاح فندق راديسون المدينة المنورة، ومن المقرر أن يتم تشغيله بحلول نهاية عام ٢٠٢٤.

وبهذه المناسبة صرح محمد عبد العزيز العذل، الرئيس التنفيذي لشركة أمسا للضيافة قائلاً: «نحن سعداء بمشروعنا الجديد مع مجموعة فنادق راديسون الشريكة منذ فترة طويلة لإنشاء فندق جديد في المدينة المنورة، حيث يتوافق هذا المشروع تماماً مع «رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠» ويمثل خطوة مهمة في التزامنا بإثراء مشهد الضيافة في المملكة».

من جهته قال إيلي ملكي، نائب رئيس التطوير لمنطقة الشرق الأوسط واليونان وقبرص وباكستان في مجموعة فنادق

راديسون: «يعتبر إطلاق علامتنا التجارية في هذه الوجهة المرموقة دليلاً قاطعاً على استمرارنا في تلبية الاحتياجات المتنوعة للمسافرين العصريين في مدينة تاريخية تمزج بين السياحة الدينية والتراث الثقافي الغني، ونتوجه بالشكر إلى شركة أمسا للضيافة على ثقتهم الكبيرة بنا وعلى هذه الشراكة الإستراتيجية المتنامية في أنحاء المملكة العربية السعودية وخارجها».

محمد العتال الرئيس التنفيذي لشركة أمسا للخدمات الفندقية AMSA:

أطلقنا أكاديمية أمسا للضيافة لتزويد بالمهارات اللازمة



تأسست شركة أمسا للخدمات الفندقية عام ٢٠٢٠، وهي متخصصة في مجال الاستثمار الخاص بتشغيل الوحدات الفندقية، وتكرس جهودها لدمج التقاليد العربية الغنية المتمثلة في الكرم في العالم المعاصر بحسب ما أشار الرئيس التنفيذي للشركة السيد محمد العتال.

وأشار إلى افتتاح الشركة الفندق الأول لها عام ٢٠٢١ وهو فندق راديسون الرياض المطار ويضم ٥٣٤ غرفة حيث حقق المشروع نجاحات كبيرة ومعدلات ربحية جيدة. فضلاً عن الدخول في شراكة مع شركة أكور للفنادق لتطوير عدد من الفنادق تماشياً مع «رؤية المملكة ٢٠٣٠» وتحقيق أحد أهدافها المتمثل في استقطاب مئة مليون سائح سنوياً.

وفي ما خصّ الاستراتيجية التي تقوم عليها الشركة لفت العتال، إلى وجود دعم حكومي كبير إلى جانب أطراف آخرين كصندوق التنمية السياحي والوزارات ما يعطي دافعاً لمزيد من التقدم وإطلاق خطط مستقبلية تمتد لعشر سنوات مقبلة لزيادة عدد الغرف الفندقية. إلى جانب إطلاق «أكاديمية أمسا للضيافة» لتزويد أصحاب الفنادق السعوديين بالمهارات اللازمة للتميز في قطاع الضيافة وتدخّل هذه الخطوة ضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

باسل طلال: المدير الإقليمي لمجموعة فنادق راديسون

في المملكة العربية السعودية والكويت والمشرق العربي

افتتحنا ستة فنادق جديدة في سوق المملكة



أكد باسل طلال المدير الإقليمي لمجموعة فنادق راديسون في المملكة العربية السعودية والكويت والمشرق العربي خلال مشاركته في معرض سوق السفر العربي، حرص المجموعة على مواكبة أحدث الحلول والابتكارات الرقمية لتسهيل عملية حجز الغرف، إلى جانب إيلاء أهمية

لموضوع الاستدامة ضمن مجموعة فنادق راديسون، وذلك من خلال اتباع إجراءات للحفاظ على البيئة والمتمثلة في عدم استخدام المواد البلاستيكية وترشيد استهلاك الطاقة والمياه والكثير من الإجراءات الأخرى للمساهمة في تحقيق الاستدامة.

وفي ما خصّ الإنجازات لفت إلى تحقيق المجموعة خطوات كبيرة في سوق المملكة العربية السعودية وتعزيز حضورها من خلال افتتاح ستة فنادق جديدة تتوزع بين الرياض وجدة إلى جانب فندق في الكويت. مؤكداً الالتزام الكامل بالمعايير والقوانين الموضوعة في كل من أسواق المنطقة بهدف إنجاح الجهود التوسعية ضمن الخطة الطموحة الموضوعة.

مع الإشارة إلى أن المملكة العربية السعودية تمثل الجزء الأكبر من محفظة المجموعة على مستوى الشرق الأوسط بنسبة تصل إلى ٥٠٪ من العمليات على مستوى المنطقة، لافتاً إلى افتتاح مكتب إقليمي لعلامة راديسون في المملكة العربية السعودية ما يؤكد أهمية هذه السوق للعلامة ومواكبتها لمسيرة النمو والتطور القائمة.

EVERYWHERE YOU WANT TO BE!

FROM BEACH STAYS TO BURJ KHALIFA VIEWS,
WE'VE GOT IT ALL.



Rove Hotels thrives at the intersection of creativity and community. Enjoy cool co-working locations along with our trademark contemporary interior design, innovative facilities, fuss-free service, and sustainable amenities.

We are honoured to be nominated for three categories at the Business Traveller Middle East Awards 2023:

Best Lifestyle Hotel Brand in Middle East | Best Business Hotel in Dubai – Rove Expo 2020 & Rove Downtown | Best Budget Hotel Brand in the Middle East

For more information, visit rovehotels.com or call us on +971 4 561 9999.

EXPLORING
WITHOUT
BORDERS

[ROVEHOTELS.COM](https://rovehotels.com)

R O V E
HOTELS

فندق وريزيدنس موفنيك الرياض.. تجربة غامرة وضيافة عامرة



إقامة لا مثيل لها

مع ٢٦٤ غرفة وجناحاً فاخراً، بالإضافة إلى ٩٠ شقة راحة من تصاميم مختلفة، و٤ فلل دوبلكس، وجناح ملكي، هناك إقامة مثالية لكل ضيف. تم تصميم كل غرفة لمرعاة الراحة والذوق العالي لزوار وسكان مدينة الرياض. سواء كنت مسافراً للعمل أو للترفيه، ستجد كل ما تحتاجه للاسترخاء والخصوصية.

تجربة فريدة لكل الأذواق

فندق وريزيدنس موفنيك الرياض يضيف الفخامة والرفاهية والاهتمام بالتفاصيل لخدمات متكاملة لا مثيل لها مع ستة مطاعم مختلفة. مطعم لاسيتا

يقدم أطباقاً متميزة من أفضل أنواع اللحوم والمأكولات البحرية. يعكس مطعم فاس جمال المغرب حيث يوفر مزيجاً من الأطباق المغربية والعالمية في أجواء تقليدية آسرة. ويقدم مقهى بونارد الوجبات الخفيفة والمشروبات الساخنة لجلسات تبعث البهجة في النفس .



عالم من الرخاء

عش تجربة غامرة في قلب المنطقة التجارية الرئيسية في الرياض، على حدود «مركز الملك عبدالله المالي «كافد». يقدم فندق وريزيدنس موفنيك الرياض الضيافة الأصيلة حيث يثري إقامتك بإطلالة شاهدة على جمال المملكة العربية السعودية لتستمتع بالأناقة المعاصرة والأصالة التقليدية منذ لحظة وصولك وطوال إقامتك.

إذا كنت تبحث عن أعلى درجات الراحة، فأنت في المكان المناسب!

ستجد السكنية والرفاهية عندما تطأ قدمك أياً من غرف الفندق أو أجنحته الفاخرة التي صممت خصيصاً لراحتك، حيث يوفر الأناقة

في مساحات مجهزة بعناية والأثاث المعاصر وجميع وسائل الراحة الحديثة. لتتمتع بكل ذلك وأكثر مع الإطلالات الخلابة للرياض والمناطق الهادئة المحيطة.

هنا، يضمن لك الفندق تجربة استثنائية بكل معنى الكلمة في كل لحظة.



ALL Ways on My Mind

عروض لا تفوت

بينما تخطط لإقامتك، يدعوك فندق وريزيدنس موفنبيك الرياض لبدء رحلتك في العاصمة مع عروض استثنائية. وفّر حتى ٢٥٪ على إقامتك من ليلة إلى ٣ ليالٍ، شاملة وجبة إفطار شهية. ولكن هذا ليس كل شيء - فجميع الأعضاء سيشتمعون بخصم إضافي يصل إلى ١٠٪، ما يجعل إقامتك أكثر توفيراً وراحة.

هنا المرح لا ينتهي

يقع التراس الخاص بالفندق في حديقة ذات مساحات خضراء شاسعة، لتستجم وسط الهواء الطلق مع من تحب حيث يمكن للضيوف الاسترخاء في الأجواء الأسرية والاستمتاع بمشروبات منعشة ولذيذة بإطلالات خلابة.

لحظات التميز والتألق

في عالمه الخاص، يؤمن فندق وريزيدنس موفنبيك الرياض بأن كل لحظة استثنائية، وكل إقامة يجب أن تغمرها الراحة والرفاهية. فبخدماته المتميزة والمرافق الفاخرة يطلق عنان شغفك بالاستكشاف، ويضمن لك لحظات لا تُنسى تفوق التوقعات.



بالإضافة إلى لوجانو الذي يضفي أجواء مميزة مع أشهى الأصناف والشاي والقهوة والمشروبات المنعشة. كما يدعوك الأوتيوم لتناول الطعام في الهواء الطلق حيث الانتعاش بينما تتمتع بالأطباق اللبنانية والمشاي وأطباق البحر المتوسط. لبداية مثالية ليومك تفضل بزيارة مطعم مزاج لتستمتع بالقائمة التي تجمع بين النكهات المحلية والأطباق اللذيذة.

اجتماعاتك أفضل وأرقى

استكشف العصرية والعملية في قاعات الفندق المخصصة للاجتماعات. من المؤتمرات إلى جلسات الإبداع والاجتماعات التنفيذية، مرافق فندق وريزيدنس موفنبيك الرياض المبتكرة هي المكان المثالي نحو النجاح. مع مساحات مصممة لاستيعاب كل الاجتماعات المختلفة، يقدم الفندق العوامل الأساسية لتعزيز التعاون والإبداع.

استعد نشاطك وحيويتك

بعد يوم حافل بالنشاطات أو الاجتماعات، استرخ واستعد نشاطك

في المركز الصحي بالفندق المجهز بجاكوزي وساونا وصالة رياضية وغرف للمساج. سواء كنت تفضل الاسترخاء مع مساج مهدي أو تنشيط حواسك في حوض السباحة المنعش، فإن المركز الصحي يوفر ملاذاً للهدوء والانتعاش بعيداً عن أجواء الحياة المزدهمة في المدينة.

Rolf Lippuner (General Manager – Fairmont Riyadh):

Fairmont Riyadh turns moments into memories

Rolf Lippuner, General Manager of Fairmont Riyadh, is a seasoned service professional and highly-regarded industry expert boasting an exceptional career of over three decades. In his current role, Mr. Lippuner leverages his invaluable experience in the hospitality industry, along with his multi-national and multi-cultural understanding of business environments and entrepreneurship. He also leads development, product innovation, and mentor a guest-centric team at the hotel. His focus on balancing resources to impact visibility, guest perception, profitability, sustainability, and revenue development has been instrumental in optimizing operations and resource management at the property. Moreover, as a strong advocate for conscious business, Mr. Lippuner champions ethics, integrity and a people-development mindset as the foundation and driving force behind any successful business. His guidance and mentorship, as well as his extensive experience and commitment to excellence, have undoubtedly elevated Fairmont Riyadh to new heights while fostering and nurturing a collaborative work environment. Al Bayan Magazine met Mr. Lippuner on the sidelines of the Arabian Travel Market and conducted the following interview.



“ We have to produce attractiveness in Saudi Arabia to be a year-round destination ”

• The main theme for ATM 2024 is “Empowering Innovation – Transforming Travel Through Entrepreneurship”. How are you contributing to achieving this goal?

- All the dynamics that are central to economic shifts exist and the hotels are influenced by them. Whenever somebody asks me for advice about the hotel business specifically and what he/she should study in order to succeed in the business, I would say that the platform is always a degree in Business and not a degree in Hospitality. The realities are that hotel business is experimental, which means that one learns it because he/she is exposed to certain positions, but the base of what one should know and understand are the dynamics of business rather than those of hospitality. If one works for great brands like Fairmont, Raffles and Four Seasons, he/she gets the type of hospitality experience and exposure that he/she needs to excel, and then a degree in business effectively supports that. Moreover, I believe that the realities of entrepreneurship in the business are about creativity and innovation. So often and unfortunately in many ways, people coming up in the business get stuck in processes and procedures. We need to stick to the standard and we should not deviate in order to deliver luxury. The entrepreneurship part is very important because it questions whether a deviation should happen or not, and as long as we encourage an environment where people can be creative and know that their thoughts are loud to talk about creativity and innovation, then this really makes for a great hotel. Ultimately, just the talking of creativity and innovation creates a different atmosphere. The moment we start cutting and pushing down the reality of creativity or innovation, people will not be able to deliver the way that we would expect them to. Overall, entrepreneurship is about questioning whether something is right for the business or can be enhanced, and I think those are the things that make for a great hotel and hotelier.

• How do you evaluate the performance of the hospitality sector in the Middle East and specifically in Saudi Arabia?

- In Saudi Arabia, everybody is connected to the Vision 2030. We are seeing a lot of resorts and new properties coming online in remote locations in Saudi Arabia as well as in some of the significant cities. Fairmont and Accor are opening new properties and developments and fundamentally the reality for Saudi Arabia is that a lot of people thought it was just a dream but it is becoming a reality. We believe that a lot of the destination activation is really important for Saudi Arabia because it offers so much. The value, economically, is significant because people are seeing major cities like Riyadh being a destination for big meetings and exhibitions. I think that Riyadh will essentially be driven by the reali-

ty of big business and deals whereas the realities of The Red Sea are all about leisure. Thus, Saudi Arabia is certainly in a wonderful position especially that it can offer the world so much but at the same time the climatic conditions in the Kingdom are cyclical. It is better to visit Saudi Arabia during winter rather than summer and as a result, we as hoteliers have to try our best to produce attractiveness in Saudi Arabia to be a year-round destination.

• In your opinion, what are the ways and methods that should be followed in order to attract visitors to Saudi Arabia during summer?

- I think that two important things must be taken into consideration. The first one is to see what Saudi Arabia is doing to attract tourists on a larger level during summer. The second crucial thing is destination activation. It is hard to be outside in the summer months because climate conditions are not great. It is so hot outside and the humidity is high to the extent that nobody really wants to get out. If resorts and tourist locations like The Red Sea can activate wellness programming that is predominantly indoors, then this would be a wonderful thing. For city location like the Fairmont in Riyadh, the more the city is able to create dynamic engagements and exhibitions, whether theatrical or business driven, the more people will definitely come. Overall, creating things and activities that cannot be seen anywhere else in the world, indoors, is the right approach to attract tourists to the Kingdom during summer.

• What makes Fairmont Riyadh special and unique?

- Combining traditional Saudi Arabian hospitality and contemporary luxury, 5-star Fairmont Riyadh enjoys an enviable setting in the city's dynamic Business Gate, home of more than 60 companies, and just 15 minutes from King Khalid International Airport. With elegant 298 guest rooms and suites, including our prestigious Fairmont Gold “hotel-within-a-hotel”, a health club, Ladies Lounge and array of gourmet restaurants, our luxury Riyadh hotel is also close to shopping and dining in the lively Riyadh Front Complex, making it an outstanding choice for Riyadh business and leisure travelers alike. Corporate facilities at our 5-star Riyadh hotel include a suite of impressive meeting spaces boasting the very latest in digital media, while spectacular private events are catered for in our glittering Al Thuraya Ballroom. When it comes to unwinding, guests can book indulgent treatments in Fairmont Spa or swim laps of our indoor pool. With our renowned and unparalleled Fairmont levels of service and attention to detail, our welcoming staff members, on hand 24/7, are dedicated to ensuring that each moment guests spend with us will be truly unforgettable. In brief, Fairmont Riyadh is a luxurious hotel that embraces the local culture of Saudi Arabia and turns moments into memories.





ذكريات الصيف الأبدية

Fairmont
RIYADH
فيرمونت الرياض

احجز مباشرة عبر
FAIRMONT.COM/RIYADH

استمتعوا بخصم يصل حتى ٢٥٪ على
الإقامة شاملة وجبة الإفطار .
الحجز حتى تاريخ ١٥ سبتمبر ٢٠٢٤
للإقامة حتى تاريخ ٣١ ديسمبر ٢٠٢٤

أركان مجموعة مروج جلوريا يفتتحون فندق خالدية بالاس دبي



أعلنت مجموعة «مروج جلوريا» لإدارة الفنادق والمنتجعات عن افتتاح فندق «خالدية بالاس دبي» .Khalidia Palace Hotel.

والفندق الجديد من فئة الخمس نجوم، ويضيف ٣١١ غرفة جديدة للطاقة الإستيعابية الفندقية بالإمارة، بما فيها أجنحة ملكية وأجنحة للعائلات وشققاً فندقية. ويتميز، إلى جانب موقعه بوسط منطقة ديرة في دبي، بالغرف الواسعة، والمطاعم المتنوعة، وغرف الألعاب للأطفال، وكذلك المرافق الترفيهية.



وافتح الفندق سعادة عبد الجليل البلوكي، العضو المنتدب للدائرة الخاصة للشيخ محمد بن خالد آل نهيان المالكة لفندق الخالدية بالاس دبي، والدكتور أحمد منصور، الرئيس التنفيذي للدائرة الخاصة، بإدارة شركة «مروج جلوريا».



وخلال حفل الإفتتاح، أكد السيد أنطوان الصايغ، رئيس شركة جلوريا لإدارة الفنادق والمنتجعات GLORIA HOTELS، أن افتتاح فندق الخالدية بالاس هو إضافة فعلية في عالم الضيافة المتميزة بإمارة دبي، مؤكداً سعيهم الدائم لتقديم كل ما هو أفضل للأسرة ورجال الأعمال والسائحين.

وبدوره، أشار محمد إقبال احمد MOHAMMED IQBAL AHMED، مدير عام فندق خالدية بالاس دبي، إلى أن الفندق يعد أحد مشاريع جلوريا للضيافة، ويتميز بالمرافق الترفيهية المتعددة التي تستهدف جميع الأعمار وأفراد العائلات، متطلعاً بأن يصبح الفندق الوجهة المفضلة للسياح والمقيمين على حدّ سواء خلال الفترة المقبلة.





KHALIDIA
PALACE HOTEL DUBAI
MOUROUJ GLORIA



Step into a world of Elegance

ملياراً درهم مبيعات سوق دبي الحرة في الربع الأول



صلاح تهلك

بلغت مبيعات سوق دبي الحرة في الربع الأول من هذه السنة ٢,٠٤ مليار درهم بنمو نسبته ٢,٣٤٪ مقارنة بالفترة ذاتها من العام الماضي، وفق ما أعلن السيد صلاح تهلك نائب الرئيس التنفيذي في سوق دبي الحرة. إن أكد أن نشاط حركة السفر عبر مطار دبي «انعكس في شكل إيجابي على

نمو حجم المبيعات منذ بداية العام، والتي يُتوقع أن تتجاوز ٨ مليارات درهم مع نهاية السنة، مقارنة بـ ٧,٨ مليارات حجم المبيعات في نهاية عام ٢٠٢٣، في ظل الزيادة المتسارعة في أعداد المسافرين».

وقال تهلك «تحتل العطور دائماً صدارة المبيعات، إضافة إلى المجوهرات والإلكترونيات وغيرها»، مشيراً إلى أن «سوق دبي الحرة تحرص على استقطاب أرقى العلامات التجارية العالمية لتلبية رغبات المسافرين».

وأكد أن الأهداف الرئيسية «ترتكز على توفير خدمة عملاء متميزة على مستوى عالمي، وتقديم مجموعة واسعة من المنتجات العالية الجودة».

PHILIPP KNUEFER رئيساً تنفيذياً للعمليات في مجموعة صن سيت للضيافة



فيليب كنويفر

عيّنت مجموعة صن سيت للضيافة SUNSET HOSPITALITY تعيين فيليب كنويفر في منصب الرئيس التنفيذي للعمليات في قسم فنادق ومنتجات صن سيت.

وينضم فيليب إلى المجموعة محملاً بأكثر من ٢٠ عاماً من الخبرة الدولية في قطاع الضيافة الفاخرة ليدعم مسار نمو قسم فنادق

ومنتجات صن سيت، في وقت يشرف على سير العمليات على مستوى العالم، ما يعزز سمعة المجموعة كشركة رائدة في مجال الضيافة.

وقد جاءت هذه الخطوة الاستراتيجية بعد إعلان المجموعة مؤخراً عن ولادة قسم فنادق ومنتجات صن سيت وخطة توسع لتطويع وافتتاح وتشغيل ٢٠ فندقاً جديداً بحلول نهاية عام ٢٠٢٥.

وقال كنويفر: «أنا متحمس للانضمام إلى فريق موهوب في مؤسسة ذات بصمة عالمية مثيرة للإعجاب وسمعة تُحسد عليها، باعتبارها مؤسسة رائدة في صناعة الضيافة».

ورحب خايمي بوكسو كلوس، الرئيس التنفيذي لفنادق ومنتجات صن سيت للضيافة، بانضمام فيليب، قائلاً: «إنه من دواعي سروري أن ينضم فيليب إلى فريقنا المتمامي، فهو رائد أعمال تحركه القيم ويتمتع بخلفية متنوعة من الخبرات وبسجل ممتاز من الإنجازات».

اختيار نيزا مارتينيز ضمن قائمة Marketing Power



اختيرت مديرة التسويق في فندق هولداي إن أند سويتس دبي ساينس بارك Holiday Inn & Suites Dubai Science Park نيزا مارتينيز، ضمن قائمة Marketing Power المرموقة لعام ٢٠٢٤ من قبل Hotelier Middle East. وتضم هذه القائمة رواد الصناعة في المنطقة الذين ساهموا من خلال

مناصبهم في إحداث نقلة نوعية في قطاعي الفنادق والضيافة.

ولم يأت اختيار السيدة مارتينيز عن عبث، إذ لطالما تحلت بالتفاني والإبداع اللذين لا مثيل لهما من خلال دورها كمديرة تسويق للفندق. ولقد أدى تألقها الإستراتيجي وبراعتها في التنقل بين قنوات التسويق المتنوعة إلى زيادة حضور العلامة التجارية. وإن قدرتها على تحقيق أهداف الإيرادات إلى جانب حصول الفندق والحانة الأيرلندية ماكجيتيجان التابعة له على الكثير من الجوائز خلال العام الأول من الافتتاح، خير دليل على قيادتها الإستثنائية وبراعتها التسويقية، إذ بحسب السيد سايد طيوان، المدير العام لفندق، تمثل السيدة مارتينيز قيمة مضافة للفندق، لا سيما أنها تقود عملية الابتكار باستمرار بطريقة تتجاوز التوقعات.

جائزتان مرموقتان لفندق ومارينا البيلسان



فاز فندق ومارينا البيلسان - مدينة الملك عبدالله الاقتصادية بجائزتين مرموقتين هما «فندق الأعمال والترفيه الرائد لعام ٢٠٢٤» و«فندق الوجهة العائلية والترفيهية الرائد لعام ٢٠٢٤» في المملكة العربية السعودية خلال حفل توزيع

جوائز السفر العالمية للشرق الأوسط ٢٠٢٤ التي أقيمت على هامش فعاليات سوق السفر العربي. ويأتي فوز الفندق بهاتين الجائزتين تقديراً لمكانته الرائدة في قطاع الضيافة، ومبادراته المتواصلة لمنح عملائه أفضل التجارب.



لقد هبط مستقبل الطيران

تعرف على الأسطول الأقوى والأكثر تقدماً في تاريخ
Gulfstream. بفضل إضافة Gulfstream G800™
وG400™ الجديدين كلياً، توفر مجموعتنا الموسّعة طائرة
لكل مهمة.



Gulfstream™

A General Dynamics Company



ناصر الكواري

فوربس تختار ناصر الكواري ضمن قائمة أقوى قادة السياحة في المنطقة

«كتارا للضيافة»: حسومات لحاملي بطاقات «هميان»

أعلنت شركة «كتارا للضيافة» بالتعاون مع مصرف قطر المركزي، عن تقديم حسومات خاصة لحاملي بطاقة هميان الوطنية بأنواعها (بطاقة الخصم، والمدفوعة مسبقاً) في كل مرافقها في قطر، وذلك بهدف دعم قطاع السياحة المتنامي، وتعزيز الاقتصاد المحلي.

وتضم مرافق «كتارا للضيافة» التي تقدم مزايا لحاملي بطاقة هميان، فندق الريتز كارلتون الدوحة، ومنتجع ومركز اجتماعات شيراتون غراند الدوحة، وفندق ومنتجع فريج شرق، ومنتجع المسيلة، ومنتجع وسبا لوكشري كوليكشن الدوحة، وفندق ريكسوس الخليج الدوحة، وفندق رافلز الدوحة، وفندق فيرمونت الدوحة، ومنتجع وفلل شاطئ سلوى بإدارة هيلتون، ومنتجع شاطئ سيلين من منتجعات مروب، ومنتجع سميسمة، من منتجعات مروب، وفندق جوري، من فنادق مروب، وسمرست الخليج الغربي الدوحة، وفندق موفنيك الدوحة، ونادي الدانة.

ويندرج إطلاق بطاقة هميان في جهود مصرف قطر المركزي لتطوير خدمات الدفع الإلكتروني، وهي تُعد بطاقة الدفع الوطنية الأولى بعلامة تجارية قطرية. وتُستخدم البطاقة في السوق الداخلية كمرحلة أولى، ويمكن أن تستعملها جميع الفئات بمن فيهم القُصّر، وهي أكثر أماناً نظراً إلى تبادل كل معاملات البطاقة محلياً من خلال الشبكة والصراف الآلي، وإجراء عمليات الشراء على شبكة الإنترنت المحلية.

يُذكر أن إعلان كتارا للضيافة عن الحسومات الحصرية لمستخدمي بطاقة هميان، تندرج في إطار جهودها للمساهمة في إنجازات قطر وتعزيز التراث الثقافي والاجتماعي والاقتصادي، ما يرسّخ مكانة قطر كدولة رائدة و متميزة.

يذكر ان فوربس إختارت الرئيس التنفيذي لشركة كتارا للضيافة ناصر الكواري ضمن قائمة أقوى قادة السياحة والسفر في المنطقة لعام ٢٠٢٤.

Anna Olsson

(Executive Commercial Director - Fairmont & Raffles Doha):

Art & culture are at the heart of every remarkable moment at Raffles Doha

Anna Olsson, Executive Commercial Director at Fairmont & Raffles Doha, brings over 21 years of experience in luxury properties across the Middle East, Asia, and Australia. Her expertise includes leading various hotel departments, driving revenue, and optimizing operational efficiency. She is recognized for her strong business acumen and excellent knowledge in both digital and traditional marketing along with a thorough understanding on how to engage social media as a part of the overall communication strategy. In her current role, Mrs. Olsson manages the hotel's commercial operations, optimizing revenue streams, implementing strategic business plans, and ensuring competitive positioning in the luxury hospitality market. Al Bayan Magazine met Mrs. Olsson during the Arabian Travel Market and conducted the following interview with her.

• How do you evaluate the Arabian Travel Market 2024?

- It has been an amazing journey for ATM this year with a very impressive turnout and a great diversity and number of exhibitors and attendees, the quality of networking and business opportunities, and overall event organization.

Without a doubt, ATM offers a great opportunity for both national and international exhibitors within the tourism industry to present their latest products and services. It is an important platform to make new professional connections in tourism, conduct new business deals, and gain valuable industry knowledge, insights and innovative trends.

Fairmont Doha won the "Overall Best Business Hotel in the Middle East" award

• What are the main characteristics and features of both Fairmont & Raffles Doha?

- Both Raffles and Fairmont Doha are luxury hotels in the landmark Katara Towers, with its curving architectural design representing the crossed scimitars on the nation's seal, overlooking the Arabian Gulf and curated for both leisure and business travelers. Fairmont Doha, a recent winner of 'Overall Best Business Hotel in the Middle East' at the 2024 Business Traveller Middle East Awards, offers 362 sumptuous rooms and suites are a flawless blend of contemporary comfort and motifs from ancient Qatari heritage including outdoor terraces with awe-inspiring views of the Arabian Gulf and Doha skyline. At the same time, Fairmont Gold, the brand's signature hotel-within-a-hotel lifestyle experience, is taken to new heights with guest benefits and privileges, including a dedicated lounge and pool, as well as butlers assisting with highly personalized services. Moreover, a culinary trip awaits Fairmont Doha guests, with a wide choice of five exceptional restaurants with world-renowned chefs and curated dining experiences.

Dedicated to the quest for the active well-being of all guests, Fairmont Spa and Pillar Wellbeing, a premium wellbeing-focused members club, is the place to



revitalize mind, body and soul and join fellow fitness enthusiasts to optimize your performance and overall wellbeing. The facilities extend from an indoor swimming pool on the 5th floor, to a wave pool and climbing wall, in addition to a spacious Technogym, equipped with the latest workout machines, accessible 24/7 for guests to exercise at their convenience.

Raffles Doha, Qatar's first all-suite hotel, features 132 ultra-luxury suites, each an architectural masterpiece with a unique soul. At Raffles Doha, the welcome begins long before your arrival, when your Raffles Butler requests your preferences to ensure that the stay is tailored perfectly to you. From the selections of your private bar to the accoutrements in the closets, everything is intentional and curated for your pleasure.

In addition, at Raffles Doha, art and culture are at the heart of every remarkable moment. From the arrival water feature that encapsulates the strength and speed of a spiraling falcon, to Arabesque architectural motifs on every floor, discover beauty, originality and storytelling. This modern-day masterpiece is the symbol of a new dawn in Doha. Even the hotel uniforms are works of art, adorned with intricate patterns that elegantly reimagine the traditional shapes and materials of ancient Qatari attire. The hotel includes the Katara Hall which is a spectacular space resplendent with soaring, arched ceilings, Arabesque artistry and panoramic terraces. This awe-inspiring ballroom, the largest in the city, can accommodate up to 2,500 guests making it the ideal setting for large weddings, galas, concerts and exhibitions. Six dining options with exquisite cuisine selections from all over the world take center stage at Raffles Doha, including the newly opened Mediterranean inspired Aqua pool lounge, and Blue Cigar Writer's lounge that features a collection of more than 6,500 books including 200 first edition classics.

Next-level regeneration for the modern wellness connoisseur, Raffles Spa & Wellness takes your wellbeing to the next level with its exclusive spa-within-spa concept. Each Spa Suite features a private outdoor pool, hammam, steam room, jacuzzi, treatment and relaxation areas and quartz sand beds.

Al Messila, a Luxury Collection Resort & Spa, Doha **The Ultimate Oasis of Wellness and Luxury in Qatar**

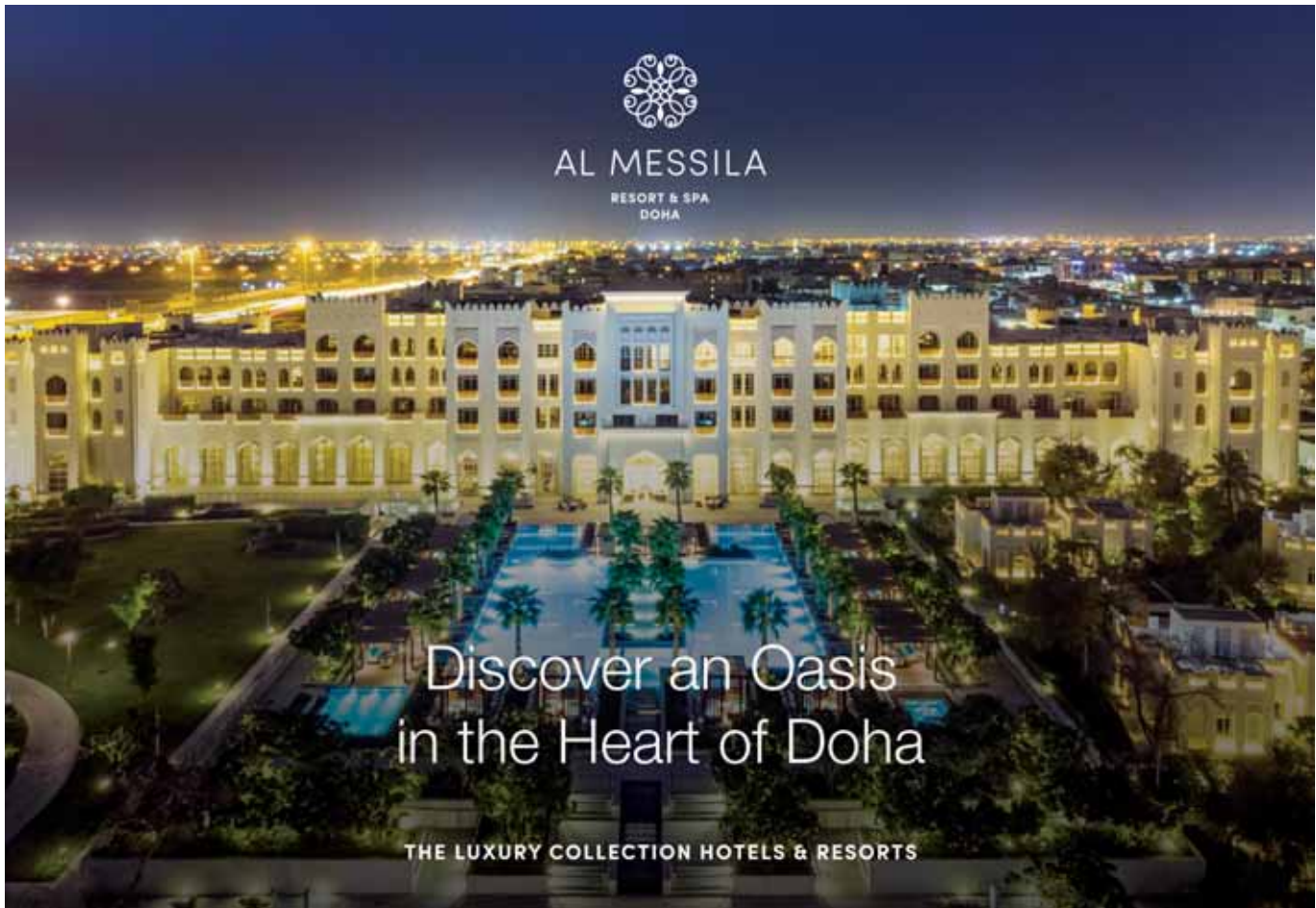
Nestled between the enchanting desert sands and the vibrant energy of the city, Al Messila, a Luxury Collection Resort & Spa, Doha, proudly introduces itself as the first Luxury Collection hotel in Qatar. This prestigious 5-star resort stands as a testament to unrivaled opulence, set within a private palace and surrounded by lush, indigenous scented gardens, offering guests an authentic verdant oasis. Strategically located just 25 minutes from Hamad International Airport, Al Messila Resort & Spa is recognized as "The Destination Authority" in Qatar, committed to preserving the region's natural heritage. The name "Al Messila," meaning "where water flows" in Arabic, honors the rich history of the property, which was once an oasis, home to native flora such as Lawz-Hindi, Acacia, Sidra, and Mimosa trees. Al Messila Resort & Spa offers an exquisite selection of 152 alluring rooms, suites, and premium villas. For those seeking ultimate privacy and exclusivity, the resort features 30 premium villas, each with its own dedicated pool, personalized butler service, and a private sanctuary perfect for family gatherings. These villas were among the first to introduce the concept of absolute privacy to guests, setting a new standard in luxury hospitality.

A standout feature of Al Messila Resort & Spa is its groundbreaking wellness offerings. The resort boasts one of the largest SPAs in the region, including a separate Ladies Wellness facility and a Health Center for mixed genders. It presents the first ladies wellness retreat in the region, combining a multi-layered holistic concept with a comprehensive menu of integrated therapies and natural treatments. Each program is meticulously designed to promote long-term well-being and balance, supported by a team of talented retreat coordinators specializing in alternative health therapies, tailored fitness, nutrition, and more.

The SPA features 26 treatment rooms, 3 therapy pools, and a fully equipped gym, along with private training, spinning, and movement studios. The hydro-thermal facilities are unparalleled, consisting of 3 mineral pools and 4 hydro wellness areas named the Worlds (Oriental, Mystic, Mineral, Floral). Each world houses unique equipment such as flotation tanks, cocoon beds, oxygen rooms, Kneipp walks, Hammams, and salt rooms, combined with an exclusive range of treatment products and protocols unique to Al Messila.

Al Messila Resort & Spa is dedicated to creating memorable experiences for families, featuring a huge dedicated Kids Club, aptly named The Little Explorers Club. This facility offers a variety of activities designed to entertain and educate young guests, ensuring that every family member enjoys their stay.

Al Messila, a Luxury Collection Resort & Spa, Doha, invites guests to experience an oasis of tranquility and luxury. With its exceptional accommodations, pioneering wellness programs, and dedication to preserving Qatar's natural heritage, the resort stands as a beacon of hospitality and sophistication in the region.



قادة السياحة والسفر الأكثر تأثيراً في الشرق الأوسط لعام ٢٠٢٤

ناصر مطر الكواري (الرئيس التنفيذي لشركة كتارا للضيافة)

شغل ناصر الكواري منصب الرئيس التنفيذي لكتارا للضيافة KATARA HOSPITALITY في يناير ٢٠٢٣. وتملك الشركة وتدير أكثر من ٤٢ فندقاً ضمن محفظتها، منها فنادق في قطر ومصر والمغرب، والمملكة المتحدة وفرنسا

وإيطاليا، وإسبانيا وسويسرا وهولندا، وسنغافورة وتايوان وأميركا، وتستهدف توسيع محفظتها إلى ٦٠ فندقاً بحلول عام ٢٠٣٠. ولدى الكواري خبرة تزيد عن ٢٥ عاماً في مناصب قيادية مختلفة في العديد من القطاعات. وشغل سابقاً منصب الرئيس التنفيذي لشركة مشيرب العقارية، والرئيس التنفيذي لشركة استاد للاستشارات الهندسية وإدارة المشاريع.

سليم الزير (مؤسس سلسلة فنادق روتانا العالمية)

بدأ سليم الزير حياته العملية بفندق «الدرون» في نيويورك وأمضى ١٢ عاماً مع سلسلة هيلتون العالمية. وشغل الزير سابقاً منصب المدير التنفيذي لمجموعة فنادق روتانا ROTANA حيث تنحى عن منصبه عام ٢٠١٤ واستمر بدور استشاري

بوصفه نائب رئيس مجلس الإدارة وفاقت خبرة الزير ٤٠ عاماً، وبفضل جهوده حصدت روتانا نجاحات عالمية مع انتشار فنادقها في نحو ١٥ بلداً في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وأوروبا.

هيثم مطر (رئيس منطقة الهند والشرق الأوسط وأفريقيا في مجموعة فنادق انتركونتيننتال)

تولى هيثم مطر منصبه في IHG في نيسان ٢٠٢١. وتدير المجموعة ١٨٠ فندقاً وامتيازاً في الشرق الأوسط وأفريقيا والهند. ويتمتع مطر بخبرة مهنية تبلغ ٢٨ عاماً، وشغل أيضاً منصب مستشار أول لوزارة

السياحة السعودية، ورئيس تنفيذي لهيئة رأس الخيمة لتنمية السياحة.

الشيخ أحمد بن سعيد آل مكتوم (رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي لمجموعة الإمارات)

بدأ الشيخ أحمد بن سعيد آل مكتوم مسيرته المهنية في مجال الطيران عام ١٩٨٥ حين عين رئيساً لدائرة الطيران المدني في دبي ورئيساً لمجلس إدارة شركة طيران الإمارات التي تأسست آنذاك. وأطلقت الشركة عملياتها بطائرتين مستأجرتين ورحلات تسير إلى وجهتين من دبي.

أما اليوم فتسافر إلى أكثر من ١٦٠ وجهة في جميع القارات. وتمتلك أكبر أسطول في العالم من طائرات بوينغ ٧٧٧ وإيرباص A380. ويشغل آل مكتوم أيضاً منصب النائب الثاني لرئيس المجلس التنفيذي لإمارة دبي ورئيس اللجنة العليا للسياسة المالية في إمارة دبي.

خلف أحمد الحبتور (مؤسس ورئيس مجلس إدارة مجموعة الحبتور)

يتمتع خلف الحبتور بمكانة متميزة ووضوح مرموق في المجتمع. يتبوأ هذا الرجل العصامي اليوم منصب رئيس مجلس إدارة مجموعة الحبتور، إحدى أكثر الشركات نجاحاً في منطقة الخليج. أما لائحة جوائز خلف الحبتور وإنجازاته فلا تعكس فطنته في الأعمال فقط، لأنه يعتبر أن مواجهة المصاعب، واستعداده لتحمل المخاطر المحسوبة،

وتطلعه نحو المستقبل، كانت مواقف أسهمت في تمكين مجموعة الحبتور لكي تصل إلى النمو والتنوع اللذين تتميز بهما اليوم.

ويتبوأ خلف الحبتور حالياً مناصب عديدة أبرزها مؤسس ورئيس مجلس إدارة مجموعة الحبتور، رئيس مجلس إدارة شركة دبي الوطنية للتأمين وإعادة التأمين، نائب رئيس مجلس أمناء مؤسسة الجليلة.

أما المناصب التي سبق أن تولاها فهي: عضو في المجلس الوطني الاتحادي، وعضو في مجلس إدارة غرفة تجارة وصناعة دبي، ورئيس مجلس إدارة بنك دبي التجاري وعضو في كلية جون كينيدي للإدارة الحكومية في جامعة هارفارد.

والعضو غير الأميركي الوحيد في مجلس الحكام العالمي للمنظمة الأميركية المتحدة للخدمات USO ما بين (١٩٩٤-١٩٩٧).

علي موسى (مدير عام فندق ومنجج ذا تشيدي كتارا - قطر)

يمتلك علي موسى أكثر من ١٥ سنة من الخبرة في المبيعات والتسويق بافتتاح فنادق فاخرة في منطقة مجلس التعاون الخليجي. وعلى مدى السنوات الماضية ساهم في تحسين إيرادات المبيعات والتسويق لفنادق ومنججات في الدوحة. ويعتبر علي موسى سفيراً للفنادق الشهيرة في المعارض المحلية والدولية.

ناصر النوييس (رئيس مجلس إدارة شركة روتانا لإدارة الفنادق)



أسس ناصر النوييس شركة أبوظبي الوطنية للفنادق وتقلد منصب رئيس مجلس الإدارة فيها لمدة ١٤ عاماً. كما تبوأ منصب المدير التنفيذي لصندوق أبوظبي للتنمية وكان وكيلاً لكل من وزارة المالية ووزارة الصناعة. وهو بالإضافة إلى رئاسته لشبكة فنادق روتانا ROTANA عضواً في مجالس إدارة العديد من الشركات الضخمة.

سالم الشهراني

(مدير العمليات والتشغيل في مجموعة فنادق أكور في منطقة مكة المكرمة)



يعتبر سالم الشهراني من الأسماء اللامعة في عالم الضيافة وصقل الرؤية والاستراتيجية، وقد حقق في مسيرته التي تزيد عن ٢٥ عاماً سلسلة من النجاحات والتي تمتد عبر إدارة الضيافة والسياحة والتخطيط الاستراتيجي، التدريب والتطوير. ويحتل حالياً منصب مدير العمليات والتشغيل لمجموعة فنادق أكور ACCOR في منطقة مكة المكرمة.

شادي قاسم (مدير عام مجموعة فنادق دبل تري من هيلتون الدوحة - السد، وفندق ألف الدوحة ريزيدنس)



يعكس التعيين المزدوج الثقة الكبيرة في خبرة شادي قاسم، التي تمتد إلى ٢٥ عاماً في قطاع الفنادق والضيافة، الأمر الذي أكسبه معرفة عميقة وخبرة تشغيلية وتجارية واسعة النطاق، شغل خلالها مناصب قيادية في الكثير من الفنادق منها مدير عام فندق ذي أفنيو أحد فنادق مروب لأكثر من سبع سنوات ومديراً للمبيعات والتسويق في الكثير من الفنادق والمنتجعات، ويقدم فندق ألف الدوحة ريزيدنس، التابع لكيوريو كولكشن من هيلتون، وفندق دبل تري من هيلتون الدوحة - السد، سحراً فريداً وأناقة لا تضاهى في التصميم، ما يضفي على تجربة الإقامة رفاهية لا تُنسى، كما يتجسد التميز في باقة منوعة من خيارات الطعام والترفيه، حيث الضيوف مدعوون للاستمتاع بأوقات استثنائية.

صلاح تهلك (الرئيس التنفيذي للعمليات المشتركة في سوق دبي الحرة)



صلاح تهلك حاصل على ماجستير في إدارة الأعمال والتسويق عام ٢٠١٣ من كلية لندن للأعمال، كما شغل مناصب عدة في «سوق دبي الحرة» DUBAI DUTY FREE منها نائب أول للرئيس للاتصالات المؤسسية بين ٢٠١١ و٢٠١٦، ومدير الاتصالات المؤسسية بين ٢٠٠٣ و٢٠١١ ومدير أول للاعلانات والترقيات بين ١٩٩٧ و٢٠٠٣ ومدير التسويق التنفيذي.

فيليب جونز (رئيس التسويق وإدارة الوجهات السياحية، الهيئة الملكية لمحافظة العلا)



انضم PHILLIP JONES إلى الهيئة الملكية لمحافظة العلا ALULA في مايو ٢٠١٩. وتعمل الهيئة على تحويل مدينة العلا التاريخية إلى وجهة سياحية رئيسية، مع تركيزها على حماية المواقع الأثرية والتراثية والطبيعة. فيما شغل جونز سابقاً منصب الرئيس والمدير التنفيذي لمشروع

(Visit Dallas) والأمين العام، منصب يعادل درجة وزير، في وزارة السياحة والثقافة والترفيه لولاية لويزيانا، ومديراً ورئيساً لاتحادات السفر والسياحة الوطنية الرئيسية.

دانكن أورورك (الرئيس التنفيذي للشرق الأوسط وأفريقيا وتركيا وآسيا والمحيط الهادئ في مجموعة أكور)



تولى DUNCAN O'ROURKE منصبه الحالي في يناير ٢٠٢٣، حيث يشرف على تشغيل ألف فندق ومنتجع، وأكثر من ٢٠٠ فندق قيد التنفيذ، مع العديد من العلامات التجارية مثل: سويس أوتيل، وموفنبيك، وبولمان، وجراند ميركيور، ونوفوتيل، وغيرها.

وتوظف أكور ACCOR ١٠٠ ألف شخص في الشرق الأوسط وأفريقيا وتركيا، وآسيا والمحيط الهادئ. في حين لدى أورورك خبرة مهنية تمتد لنحو ٣٥ عاماً، ويعمل مع أكور منذ عام ٢٠١٦.

محمد عوض الله (الرئيس التنفيذي لمجموعة تايم للفنادق)



شارك محمد عوض الله في تأسيس مجموعة تايم للفنادق TIME في عام ٢٠١٢، وعُيّن في منصب الرئيس التنفيذي للإشراف على فنادق الشركة البالغ عددها أكثر من ٢٠ فندقاً في عام ٢٠٢٣. لدى عوض الله خبرة ٤٠ عاماً في قطاع الضيافة، وشغل سابقاً مناصب في شركات ضيافة دولية منها: فنادق ومنتجعات موفتبيك، وهيلتون الدولية، وفنادق روتانا. وهو من الشخصيات المحببة جداً في قطاعه.

بلال القادري (مدير عام فنادق MARRIOTT في جزيرة سندالة - نيوم)



يتمتع بلال القادري، مدير عام Syanne، أحد منتجعات ذا لاكشري كوليكشن، وOraya، أحد منتجعات أوتوجراف كوليكشن، وCoramar، أحد فنادق لاكشري كوليكشن وفندق أبارتمنتس باي ماريوت بونفوي، بخبرة تمتد لأكثر من ٢٢ عاماً في مجال الضيافة الفاخرة، ولديه رؤية عميقة حول توجهات السوق السائدة والتي مكّنته طوال مسيرته المهنية من تحديد الفرص الجديدة وتوسيع انتشار علامته التجارية وضمان توفير تجارب مُميّزة للضيوف.

ولعب بلال القادري دوراً فعالاً في إعادة تعريف الوجهة المفضلة إلى الدوحة لرجال الأعمال والسياح على حدّ سواء. ويعتبر القادري من المخضرمين في مجموعة الماريوت، حيث بدأ مسيرته المهنية في عام ١٩٩٨، وعمل في فنادق مُختلفة في الشرق الأوسط بتوليّه مناصب إدارية عُليا كان آخرها مدير عام فندق ومنتجع شيراتون جراند الدوحة، وهو حاصل على شهادة في إدارة الفنادق والتسويق.

مايكل إبراهيم (مدير عام فندق موندريان قطر ومدير التسويق الإقليمي لفنادق موندريان)



يمتلك مايكل إبراهيم أكثر من ١٥ عاماً من الخبرة في الفنادق الفاخرة في جميع دول مجلس التعاون الخليجي، كما كانت لديه إسهامات عديدة في إفتتاح فنادق جديدة حيث كان جزءاً من ٩ فنادق تم افتتاحها بما في ذلك The Edition Hotels في لندن وميامي بيتش.

ويُعد موندريان الدوحة MONDRIAN، الذي حصل على لقب «أفضل فندق أعمال في الدوحة» و«أفضل فندق أعمال في الشرق الأوسط»، أول فندق في قطر يحصل على مثل هذا التقدير الرفيع من المسافرين بغرض الأعمال، حيث نجح في الارتقاء بمستوى صناعة الضيافة في قطر وعلى مستوى العالم.

محمد سعيد (المدير العام لمجموعة رويال كاريبيان)



يقود محمد سعيد أكبر شركة للرحلات البحرية في العالم في منطقة الشرق الأوسط، حيث تم تأسيس رويال كاريبيان ROYAL CARIBBEAN عام ١٩٩٩ وهي تمثل شركة رويال كاريبيان انترناشونال والتي تعد من الشركات العريقة ولها إرث مرموق في مجال السياحة البحرية.

سانديب واليا

(الرئيس التنفيذي للعمليات في ماريوت في الشرق الأوسط وتركيا)



شغل SANDEEP WALIA منصبه الحالي منذ عام ٢٠٢١. ولدى ماريوت الدولية MARRIOTT ٢٣٠ فندقاً، وأكثر من ١٠٠ مشروع قيد التنفيذ في منطقة الشرق الأوسط. كذلك افتتحت الشركة ٢٤ فندقاً في عام ٢٠٢٢، وفي مارس/ آذار ٢٠٢٣، وقعت اتفاقية مع نيوم لافتتاح ٣ فنادق فاخرة في جزيرة سندالة، ولدى واليا ٢٦ عاماً من الخبرة في القطاع.

Peter Hoesli (مدير عام فندق ورزیدنس موفتبيك الرياض)



يتمتع بيتر هوسلي بخبرات مستفيضة تزيد على ٤٤ عاماً في مجال الفندقية والضيافة، كما يمتلك من الخبرة والفتنة ما جعله يتقلّد الكثير من المناصب القيادية المرموقة خلال مسيرته المهنية الحافلة بالإنجازات التي توزعت بين ١٠ دول في ٤ قارات في أقسام متعددة لعل أبرزها المطاعم والمشروبات وقسم الغرف بالإضافة إلى الإدارة العامة لعمليات فنادق من فئة ٥ نجوم. ولطالما حرص هوسلي على الإلتزام بنهج التميّز والريادة من خلال تقديم تجربة فندقية على أرقى المستويات، متسلحاً بمعرفة عميقة وإرادة صلبة وعزيمة لا هواده فيها، ما ساهم في تطوير الوجه السياحي للمملكة العربية السعودية.

خالد صعب (المدير العام لفندق ريزيدانس ان زايد باي ماربوت شارع الشيخ)



نجح خالد صعب في بناء مسيرة طويلة من النجاحات في صناعة الضيافة والفنادق منذ أكثر من ٢٧ عاماً. ومن جهة أخرى يعد فندق Residence Inn by Marriott على شارع الشيخ زايد صرحاً فريداً من نوعه.

جو غياض (مدير عام فندق النيل ريتز- كارلتون، القاهرة)



يمتلك جو غياض خبرة واسعة اكتسبها من عمله حول العالم، في عدة دول بفنادق ريتز كارلتون RITZ CARLTON، منها الريتز-كارلتون، ألماتي، في كازاخستان، وهو من قدامى العاملين في منتجعات كلوب ميد في الكاريبي وجزر البهاما والمكسيك، حيث تخصص في إدارة العمليات قبل انضمامه إلى

شركة فنادق الريتز-كارلتون عام ١٩٩٩ حيث شغل مناصب متعددة في فندق الريتز-كارلتون، مونريال كندا، وفندق الريتز-كارلتون، الدوحة، إضافة إلى فندق الريتز-كارلتون، شرم الشيخ.

هاني عكاري (مدير عام شركة GHM)



يتمتع هاني عكاري بخبرة دولية كبيرة اكتسبها على مدار أكثر من ١٧ عاماً في إدارة بعض أشهر الفنادق الفاخرة في أوروبا والشرق الأوسط والتي استمد منها شغفه لتقديم تجارب استثنائية للضيوف. وقد بدأ مسيرته المهنية في فرنسا في

عام ٢٠٠٧، حيث اكتسب خبرات قيّمة في فنادق ومنتجات فورسيزونز الفاخرة وهيلتون أرك دي تريومف في باريس. ثم توجه نحو الشرق، حيث كانت له إنجازات مذهلة تضمنت قيادة فريق متخصص يضم قادة الضيافة لافتتاح فيرمونت الدوحة، والذي حقق نجاحاً تجارياً كبيراً من خلال استضافة كأس العالم لكرة القدم ٢٠٢٢. وخلال عام ٢٠٢٣، تقلّد منصب مدير عام فندق ومنتجع نا تشيدي كنارا في الدوحة، قطر، التابع لشركة جنرال لإدارة الفنادق المحدودة (GHM) الرائدة في مجال إدارة الفنادق والمنتجات الأنيقة في وجهات مختلفة في جميع أنحاء العالم.

طارق محمود السيد (الرئيس التنفيذي لشركة الريان للاستثمار السياحي)



يشغل طارق محمود السيد منصب الرئيس التنفيذي والعضو المنتدب لشركة الريان للاستثمار السياحي (ARTIC) منذ عام ٢٠١٧. وتجاوز قيمة محفظة الشركة الحالية ٥ مليارات دولار، كما تتضمن العديد من العقارات السكنية والتجارية، وأكثر من ٣٥ فندقاً في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وأميركا وأوروبا، بإجمالي ١٠٠٠٠ غرفة. عمل طارق محمود السيد سابقاً لدى الفيصل القابضة، الشركة الأم لشركة الريان للاستثمار السياحي.

ماركو يوفانوفيتش (مدير عام منتج شاطئ سيلين، من منتجعات مروب)



يمتلك Marko Jovanovic أكثر من ١٠ سنوات من الخبرة الدولية في مجال الضيافة، وقد تولى العديد من المناصب القيادية. ومنذ توليه الإدارة العامة لمنتجع شاطئ سيلين Sealine Beach, a Murwab Resort، عمل السيد يوفانوفيتش على تقديم مستويات جديدة من الخدمات الراقية والتجارب

الاستثنائية التي يتيحها المنتج للزلاء والضيوف، وبذل جهوداً كبيرة مع فريق العمل للمضي قدماً بمنتجع شاطئ سيلين إلى آفاق التميّز وتقديم أفضل الخدمات للضيوف وإبراز بعض التجارب الفريدة التي تتميز بها دولة قطر، متسلحاً بمهارات القيادة الشاملة، ورؤية ثاقبة، ومعرفة عميقة، وخبرة طويلة في قطاع الضيافة، الأمر الذي توجّ شاطئ سيلين بجائزة إختيار المسافرين لعام ٢٠٢٢ من موقع تريب أدفيزور، كإنجاز جديد يُضاف إلى سجلات السيد يوفانوفيتش الزاخرة.

فهمي عاطف (مدير عام فنادق فولد باي)



يمتلك فهمي عاطف خبرة طويلة في عالم الضيافة، في حين أن أدائه المتميز أسهم بشكل كبير وفعل في تحقيق نجاحات أكبر لمجموعة فنادق GOLD BAY. كما حقق فهمي نجاحاً ملحوظاً بفضل قيادته الحكيمة وتفانيه في تحقيق التميّز في مجال الضيافة.

كاظم شمس (المدير العام بالإنابة لفندق ومنتجع شيراتون جراند الدوحة)



يمثل فندق SHERATON GRAND HOTEL & RESORTS أيقونة القطاع الفندقي في قطر ويتميز بإطلالة فريدة على الخليج العربي، كما أنه مصنع خمس نجوم ويتمتع بموقع استراتيجي وسط مدينة الدوحة، ويستمتع ضيوف فندق شيراتون بمجموعة متنوعة من مرافق الترفيه بالإضافة إلى وجود عدداً من المطاعم تقدم مجموعة واسعة من أشهى المأكولات.

كاظم شمس المدير العام بالإنابة في الفندق يحمل شهادات علمية رفيعة حولته إدارة قسمه بكل حرفية.

كفاح بن حسين (مدير عام فندق حياة ريجنسي الرياض العليا)



بدأ **كفاح بن حسين** مسيرته المهنية في عام ١٩٩٨ في فندق جراند حياة عمان، الأردن، وتسارعت مسيرته المهنية حيث اكتسب خبرة في بلدان مختلفة، انتقل **كفاح** إلى فندق جراند حياة دبي في عام ٢٠٠٣، ثم انتقل إلى فندق حياة ريجنسي وارسو بولندا في عام ٢٠٠٧. وتولى مناصب رفيعة في عدد من فنادق شبكة حياة في المنطقة والعالم حيث تمكن بفضل بصمته أن يرسخ مكانة الفنادق التي أدارها.

رامي الجعبري (مدير عام مجموعة فنادق ELEMENT BY WESTIN - الدوحة)



ترفد مجموعة ELEMENT BY WESTIN - DOHA سوق الضيافة القطري بجملة من الخدمات ذات المفاهيم المتطورة والمُتناغمة مع مواصفات العمل الفندقي العالمي، وقد أثبتت المجموعة التي تحتل مكانة نوعية على خريطة الضيافة جدارتها في تقديم خدمات عصريّة.

شغل **رامي الجعبري** خلال مسيرته الحافلة بالانجازات العديد من المناصب لعلامات تجارية عالمية منها مجموعة فنادق ماريوت العالمية، ويتمتع بخبرة دولية اكتسبها من مسيرته المهنية والتي استمد منها شغفه لتقديم تجارب استثنائية للضيوف

نوربرت بورشج (مدير عام مجموعة فنادق إنتركونتيننتال - جدة)



يمتلك **Norbert Borszcz** خبرة كبيرة في مجاله وله تاريخ حافل من العمل في صناعة الضيافة وإدارة الفنادق. محترف في مجال المبيعات، حاصل على درجة الماجستير في إدارة الأعمال والاقتصاد والقوانين والمحاسبة وإدارة المأكولات والمشروبات من Hotel School Hamburg Germany.

تعتبر مجموعة فنادق إنتركونتيننتال (IHG) مؤسسة عالمية تدير علامات تجارية فندقية رائدة، وللمجموعة دوراً بارزاً في الارتقاء بصناعة الضيافة عالمياً.

مايكل فوتز (مدير عام فندق موفنبيك شاطيء جميرا)



يتحلّى **Michael Goetz** بمسيرة مهنية طويلة وذاخرة تمتد لأكثر من ٢١ عاماً في قطاع الضيافة، تنقل خلالها بين دول عدة في أوروبا والشرق الأوسط وآسيا وأفريقيا، الأمر الذي أكسبه معرفة عميقة وخبرة تشغيلية وتجارية واسعة النطاق.

تبوأ **Goetz** مناصب مرموقة في كل من فنادق ومنتجعات أماري Amari و Mövenpick و Radisson، وهو خريج المدرسة الفندقية في لوزان (EHL).

ومن خلال موقعه في فندق موفنبيك شاطيء جميرا، يشرف **Goetz** على جميع العمليات، واضعاً خطط استراتيجية لتعزيز مكانة الفندق في سوق جميرا بيتش ريزيدنس، وخلق إقامة استثنائية وفريدة من نوعها للنزلاء، مع التركيز المستمر على موضوع الاستدامة.

ستيوارت ديسون (نائب رئيس العمليات لمنطقة الشرق الأوسط وأفريقيا لمجموعة فنادق حياة)



يتولى **STUART DEESON** مهمة تشغيل مجموعة فنادق حياة في الشرق الأوسط وأفريقيا، التي تضم أكثر من ٣٠ فندقاً عبر ٧ علامات تجارية. في فبراير ٢٠٢٣، أعلنت المجموعة ضم ٣ فنادق تحمل اسم علامة حياة التجارية في المدينة المنورة. وقد انضم **ديسون** إلى حياة عام ١٩٩٥، ويتمتع بخبرة ٣١ عاماً في قطاع الفنادق في آسيا والشرق الأوسط.

TALLER WIDER QUIETER BRIGHTER



The incomparable Falcon 6X cabin 198 m tall, 2.58 m wide. With wide aisles. Bright, extra-large windows and skylight. Whisper-quiet cabin. Cutting-edge technology. Amazing.

Falcon 6X

WWW.DASSAULTFALCON.COM | FRANCE: +33 1 47 11 88 68 | DUBAI: +971 4 299 3950

**DASSAULT
AVIATION**

فريدا عودة

(الرئيسة الأولى للمبيعات في مجموعة JA للمنتجات والفنادق في الإمارات والمحيط الهندي)



تعد السيّد فريدا عودة مديرة محترفة ومتمرسّة، إذ تتمتع بخبرة كبيرة تمتد لسنوات طويلة وفهم عميق لمجموعة متنوعة من تطبيقات إدارة الأعمال ذات الصلة بمجالي المبيعات والتسويق. ولطالما تحلّت بمهارات قيادية رائعة، وبقدرة على التخطيط والتنفيذ، واتخاذ القرارات وحل مشاكل، إنطلاقاً من رؤيتها الثاقبة ومعرفتها التي اكتسبتها خلال مسيرتها المهنية الحافلة بالنجاحات والتي

شغلت خلالها الكثير من المناصب القيادية المرموقة. ومن خلال منصبها الحالي، نجحت السيّد فريدا عودة في تعزيز حضور مجموعة جيه إيه للمنتجات والفنادق لتقديم تجارب ضيافة متميزة والاستفادة من الفرص الواعدة لتوسيع محفظة أعمالها نحو جهات جديدة مع الإشارة إلى أن المجموعة تمكنت بعد مرور أكثر من ٤٠ عاماً على تأسيسها من أن تغدو واحدة من أفضل شركات الضيافة وأن تضم مجموعة من الفنادق والمنتجات الراقية في دولة الإمارات والمحيط الهندي.

جون رفول (مدير عام شيفال ميزون - نخلة دبي)



يتمتع جون رفول بخبرة متنوعة في عالم الضيافة بدءاً من المبيعات وحتى المأكولات والمشروبات، لقد أثبت نجاحه في قيادة الفريق، وتطويره، ورضا العملاء، وتوليد الإيرادات، وتعزيز الربحية خلال توليه هذا

المنصب. ويعد شيفال ميزون، نخلة دبي فندق بوتيك متكامل يضم مجموعة شقق فندقية فاخرة تمثل نقطة انطلاق رائعة لاستكشاف كنوز دبي. يتربع الفندق في قلب نخلة جميرا الأيقونية ويحتضن بين ربوعه ١٣١ شقة فندقية عصرية بتصميمات ومساحات متنوعة تتيح للمقيمين الحرية والمرونة في اختيار ملاذ إقامتهم حسب متطلباتهم، وكل ذلك على مقربة من أشهر المعالم السياحية وقلب مدينة دبي النابض بالحياة.

أنطوان صايغ (رئيس شركة مروج جلوريا لإدارة الفنادق)



منذ ما يربو على ٥٠ سنة خلت، بدأ أنطوان صايغ مسيرته المهنية الحافلة بالإنجازات والجوائز على المستوى الإقليمي والعالمي في عالم الضيافة، حتى غدا علامة فارقة يُحتذى بها في هذا العالم من خلال مسيرة زاخرة بالطاء والإخلاص والريادة أثرت مفاهيم التميز والإبداع في هذا العالم المثير. بدأ السيّد صايغ مشواره المشرفّ عام ١٩٧٥ بعد نيله درجة البكالوريوس في

الفندقة من جامعة أكسفورد بروكس. وفي عام ٢٠٠٦ تقلّد رئاسة شركة مروج جلوريا لإدارة الفنادق والمنتجعات التي استطاعت، بفضل احترافيتها وحكمتها وخبرته الكبيرة، إيجاد سياسة خاصة تهدف إلى خلق جيل جديد في صناعة وإدارة الفنادق. ويحظى أنطوان صايغ بموهبة خاصة يحكمها الشغف، ولطالما تفرد بفكر مستنير ورؤية ثاقبة تحاكي مستقبل صناعة الضيافة، بحيث غدت ثقافة التميز ومفاهيم الإبداع مقرونة بإسمه.

مارك مطر

(مدير عام سانت ريجيس الدوحة وفندق سانت ريجيس جزيرة مرسى عربية الوؤولة - قطر)



يملك مارك مطر خبرة طويلة تزيد على ٣١ عاماً في قطاع الضيافة والفخامة وأسلوب الحياة، حيث تزخر مسيرته المهنية بسجل حافل من الانجازات وقصص النجاح المميزة. وتعتبر شخصيته القيادية

الاستثنائية من أهم مقومات النجاح التي تميز بها طوال مسيرته المهنية. كما نجح مارك مطر بإيصال فندق سانت ريجيس الدوحة ST. REGIS DOHA وسانت ريجيس جزيرة مرسى عربية ST. REGIS MARSABIA ISLAND إلى آفاق جديدة من النجاح على الصعيدين المحلي والعالمي.

جان فرانسوا دوراند (مدير عام جراند حياة البحر الأحمر)



يتمتع السيّد JEAN-FRANCOIS DURAND بخبرة تمتد لأكثر من ٢٧ عاماً مع مجموعة «حياة»، حيث شغل، قبل توليه الإدارة العامة لفندق جراند حياة البحر الأحمر، منصب المدير العام لمنتجع حياة ريجنسي العقبة أيلة، والمدير العام لفندق حياة ريجنسي موسكو بتروفسكي بارك، بالإضافة إلى تبوئه سابقاً مناصب مرموقة في عدة فنادق من مجموعة «حياة» في مدن مختلفة مثل سوتشي، داشنبي واكاتيرنبرغ.

والجدير ذكره أن فندق جراند حياة البحر الأحمر هو ثاني جراند حياة في المملكة العربية السعودية والأكبر الذي يتم افتتاحه في المرحلة الأولى من مشروع البحر الأحمر.

هادي المدور

(مدير المبيعات والتسويق في فندق جي دبليو ماريوت - مسقط)



يتمتع هادي المدور بخبرة عملية وأكاديمية تمتد لخمس عشرة عاماً في مجال الضيافة، تقلّد خلالها أدواراً مختلفة في مجالات متعددة مثل المبيعات والتسويق وإدارة الفعاليات والإيرادات،

فضلاً عن مساهماته في فترة ما قبل الإفتتاح لعدد من المشاريع. وبقدراته القيادية وشغفه والتزامه بتقديم خدمات وفق أعلى مستويات الجودة، يعدّ هادي المدور إضافة غنيّة لفريق عمل فندق جي دبليو ماريوت مسقط حيث ساهم في استمرار تقدمه وازدهاره. وقد عمل سابقاً بأدوار ريادية في فنادق عربية. وهو حاصل على درجة البكالوريوس في إدارة الضيافة والسياحة ودرجة الماجستير في إدارة الفعاليات الدولية من كلية الإدارة بفرنسا.

موسى الحايك

(الرئيس التنفيذي للعمليات في مركز ورزدينس البستان - دبي)



يتمتع موسى الحايك بأكثر من ٣٠ عاماً من الخبرة في مجال الضيافة والفندقة قضاها بمنطقة الشرق الأوسط وخصوصاً دولة الإمارات العربية المتحدة وعمل في أكثر من قسم، منها عمليات

الفنادق، إدارة الغرف والمبيعات، التسويق والتمويل بالإضافة لعمله لدى عدد من أشهر الفنادق العالمية كسلسلة فنادق حياة، راديسون ساس، فنادق روتانا وشركة أبوظبي الوطنية للفنادق. وشغل موسى الحايك على مدار السنوات العشر الماضية منصب المدير العام للفندق، حيث كان على رأس فريق عمل محترف ومسؤولاً وبشكل كامل عن جميع العمليات الرئيسية بالمركز. ومما لا شك فيه أن الإدارة الحكيمة والمحترفة التي لطالما طبقها موسى الحايك خلال عمله كمدير عام ارتقت بمكانة البستان كواحد من أفضل جهات الضيافة والتسويق بدبي، وأن يسمو به ليحتل مكانة مرموقة.

أحمد حسيب (الشريك المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة جيون لإدارة الفنادق)



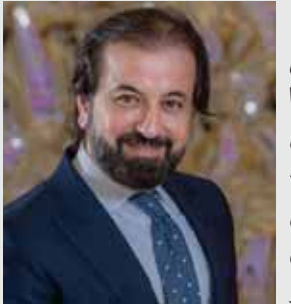
يعتبر السيد أحمد حسيب من الرؤساء التنفيذيين المتمرسين والكفوئين نظراً لسجله الحافل من العمل في قطاع الضيافة. وهو قيادي ماهر في إدارة الفنادق. وتبوأ السيد حسيب خلال مسيرته المهنية التي لم يتوان فيها مطلقاً في بذل قصارى جهوده من أجل الارتقاء بصناعة الضيافة الكثير من المناصب التي ترك فيها بصمة دامغة بفضل حنكته ومعرفته العميقة وقدرته على الابتكار. وهو وحاصل على درجة البكالوريوس في إدارة الفنادق من أكاديمية المستقبل. والجدير ذكره أن جيون لإدارة الفنادق، من خلال تواجدها الجغرافي الواسع في كل من أبو ظبي ودبي والشارقة وعجمان والفجيرة، وكذلك في الكثير من الدول العربية كمصر والمغرب وتونس، وأيضاً عدة دول في أوروبا، توفر مزيجاً فريداً من الموارد العالمية والخبرة المهنية الاحترافية والمعرفة المحلية لكل من شركائها وعملائها وضيوفها على حد سواء، مع الحرص على تقديم تجربة إستثنائية من خلال الإهتمام بأدق التفاصيل وتقديم خدمات عالية من الجودة والتميّز والرقى.

أنس عبدالله (مدير عام فندق حياة بلايس الرياض)



يتمتع أنس عبدالله بخبرة تزيد عن ٢١ عاماً في مجال الضيافة، وكان جزءاً من عائلة مجموعة فنادق حياة لأكثر من ١٧ عاماً، تقلّد خلالها الكثير من المناصب القيادية المرموقة. بدأ رحلته المهنية في مجموعة فنادق حياة مع فندق جراند حياة عمان في عام ٢٠٠٤، تليها فترة عمل في فندق بارك حياة جدة كمدير للمبيعات والتسويق ومدير المبيعات العالمية للمملكة العربية السعودية والبحرين، وسرعان ما شق طريقه إلى منتج حياة ريجنسي العقبة أيلة ومدير المبيعات والتسويق لمجموعة فنادق حياة في الأردن. ويتولى السيد أنس بخلفية غنية ومتنوعة في مجال المبيعات والتسويق. وهو معروف بقيادته الناجحة من خلال تمكين الفريق وتطوير استراتيجيات فعّالة لتحقيق أهداف وغايات المجموعة التي ينتمي إليها. وبصفته المدير العام لفندق حياة بلايس الرياض السليمانية، يشرف السيد أنس على العمليات بأكملها ويقود عملية نمو الفندق وتطويره.

عادل مارديني (المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة Jetex)



أطلق عادل مارديني شركة جيتكس في دبي عام ٢٠٠٥ بهدف إنشاء شركة فريدة من نوعها تلبي احتياجات العملاء البارزين في كل جانب من جوانب الطيران الخاص. وتضمنت فلسفته التجارية تقديم خدمات مصممة بشكل فردي، من لحظة المغادرة على طول الطريق حتى الوصول إلى وجهة العميل وما بعده، وتوفير حل سفر فاخر كامل في كل خطوة على الطريق. ويقود السيد مارديني، الذي هو عضو في مجلس إدارة جمعية طيران الأعمال في الشرق الأوسط (MEBAA)، ابتكارات الشركة ونموها العالمي القوي من خلال قيادته العملية واهتمامه بالتفاصيل وفهمه العميق لأصول المهنة، كما يلهم فريق العمل باستمرار لتجاوز طموحاتهم وقدراتهم.

سيمون سمير (الرئيس التنفيذي للعمليات لمنتجات وفنادق ستيلادي ماري في مصر والإمارات)



شغل سيمون سمير منصب المدير العام الإقليمي لفندق ستيلادي ماري دبي STELLA DI MARE، كما تبوأ منصب المدير العام الإقليمي في الأردن لتطوير المشاريع السياحية (JPTD) والمدير العام لشركة أوراسكوم لإدارة الفنادق Orascom Hotels Management وله إنجازات مذهلة في قيادة وإدارة فنادق ومنتجات ستيلادي ماري.

يزن عبد اللطيف (مدير عام فندق مرسى ملاذ كمبينسكي، اللؤلؤة قطر،)



يُعد يزن عبد اللطيف خبيراً مُتمرساً في مجال الضيافة ويتمتع بخبرة تزيد على ٢٣ عاماً لدى مجموعة الفنادق الفاخرة، ويعتبر نموذجاً يُحتذى به لمُديري الفنادق، وقد

بدأ رحلته في عام ١٩٩٩ في فندق أوكسفورد بيلفري في المملكة المتحدة، ومن ثم انضم إلى مجموعة فورسيزونز وظل مع العلامة التجارية الشهيرة لما يقرب من ١٥ عاماً، وقد قام بتوسيع مسؤولياته تدريجياً في مجموعة من الفنادق العالمية. وهو حاصل على درجة البكالوريوس في الاقتصاد من الجامعة الأردنية ودرجة الماجستير في إدارة السياحة والفنادق الدولية من جامعة أكسفورد بروكس في المملكة المتحدة وشهادة القيادة التنفيذية من جامعة كورنيل.

أندريه سعادة (مدير عام فندق كراون بلازا الرياض - المنهل)



يتمتع أندريه سعادة بخبرة واسعة في صناعة الضيافة. بدأ رحلته المهنية في باريس مع مجموعة فنادق إنتركونتيننتال، وتضمنت الكثير من الدول منها أريتريا حيث تولى إدارة مبيعات والتسويق في أحد الفنادق، فرفع نسبة الإشغال فيه من ٧٪ إلى ٩٠٪ في غضون سنتين. وفيما بعد عاد إلى لبنان وعمل في فندقي فاندوم وفينيسيا، وسافر إلى المملكة العربية السعودية. وشهد **سعادة** إطلاق وافتتاح عدد كبير من الفنادق الرائدة والعالمية على مستوى المنطقة. وكان قد فاز بجائزة «أفضل مدير عام للعام ٢٠٢٣» في السعودية، فضلاً عن ضمّه مؤخراً إلى قائمة أفضل ٣٠ مديراً عاماً في الشرق الأوسط لعام ٢٠٢٤، وفق تصنيف منصة الضيافة Hospitality Ho.

فؤاز الفاروقي (العضو المنتدب ورئيس اللجنة التنفيذية لشركة كروز السعودية)



تولى فؤاز الفاروقي منصبه الحالي في عام ٢٠٢٠. وهو كبير مستشاري وزير الثقافة السعودي منذ نوفمبر ٢٠١٨، كما أنه عضو مجلس إدارة سابق وحالي للكثير من المؤسسات والهيئات الفاعلة في المملكة، كما تولى منصب العضو المنتدب في

شركة العُلا للتطوير العقاري بين ٢٠٢٠ و٢٠٢١، والرئيس التنفيذي في برنامج التحول الوطني ومستشار وزير الاقتصاد والتخطيط في المملكة العربية السعودية بين ٢٠١٥ و٢٠١٨، ورئيس فريق التأسيس في الهيئة العامة للترفيه. وهو حاصل على درجة الماجستير في إدارة الأعمال عام ٢٠١٣ من كلية الدراسات العليا لإدارة الأعمال في جامعة ستانفورد في الولايات المتحدة الأميركية وماجستير في الهندسة الكهربائية تخصص شبكات الحاسب عام ٢٠٠٨ من جامعة جنوب كاليفورنيا، وبكالوريوس في هندسة الحاسب عام ٢٠٠٤ من الجامعة نفسها.

أندريه إراسموس (مدير عام منتج حوَار إدارة مانيس)



بدأ André Erasmus مسيرته المهنية عام ١٩٩٧ كمدير عام لمجموعة فنادق Three Cities في جنوب أفريقيا، وفي عام ٢٠٠٢ انضم إلى مجموعة فنادق كمبينسكي كمساعد المدير التنفيذي لفندق كليمنجارو كمبينسكي، البحر الميت ومدير

المشاريع في فنادق كمبينسكي، ناميبيا. ثم تقلّد منصب مدير عام منتج وسبا جزر الصحراء بإدارة أنانتارا في إمارة أبو ظبي ومدير تطوير الأعمال في فندق هاربور فيو في فينتام المدار من قبل مجموعة مينور إنترناشونال. بالإضافة إلى ذلك تبوأ منصب مدير عام في كل من Anantara Xishuangbanna، فنادق ومنتجات اندا و Sofitel Kunming في الصين قبل توليه الإدارة العامة في منتج حوَار إدارة مانيس. وهو حاصل على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، الضيافة الدولية وإدارة الصناعات الخدمية معهد Glion للتعليم العالي وعلى شهادة في استراتيجية التسعير وقنوات التوزيع في إيرادات الفنادق من جامعة كورنيل.

وسام سليمان

(نائب الرئيس التنفيذي للعمليات وإدارة الأصول في شركة الفردان للضيافة)



يمتلك السيد وسام سليمان خبرة واسعة في مجال الإدارة في قطاع الضيافة تمتد لأكثر من ٢٠ عاماً، فقد شغل خلالها مناصب إدارية مهمة في مجموعة فنادق كمبينسكي في بعض أهم فنادق المجموعة في المنطقة، بما في ذلك فندق كمبينسكي مول دبي وفندق كمبينسكي العقبة في الأردن

ومرسى ملاذ كمبينسكي اللؤلؤة، إلى جانب إدارة جميع العمليات داخل فندق سانت ريجيس الدوحة وسانت ريجيس اللؤلؤة قطر. وهو يشغل حالياً منصب نائب الرئيس التنفيذي للعمليات وإدارة الأصول في شركة الفردان للضيافة التي توجت منذ انطلاقتها بمجموعة من الجوائز بناءً على ما قدمته من خدمات الضيافة الفاخرة المتسقة مع متطلبات العصر على مدار أكثر من ١٠ سنوات، فضلاً عن حضورها المتميز في مجال العقارات الفاخرة في قطر. وتشمل محفظة الشركة فندق ذا سانت ريجيس جزيرة مرسى عربية، اللؤلؤة - قطر، وفندق ذا سانت ريجيس الدوحة، ومنتجع مرسى ملاذ كمبينسكي اللؤلؤة، وأجنحة ريزيدنسز كمبينسكي.

سامر الحمصي (مدير عام فندق متروبوليتان - دبي)



يعد سامر الحمصي مديراً عاماً بارعاً ويتمتع بخبرة تزيد عن ٢٠ عاماً في قيادة وإدارة الفرق في قطاع الضيافة. وهو يشتهر بمهاراته الاستثنائية في التعامل مع الآخرين والقيادة، الأمر الذي ساعده على بناء علاقات قوية مع فريقه وعملائه. طوال حياته المهنية الحافلة بالإنجازات، شغل

السيد الحمصي مناصب قيادية في الكثير من العلامات التجارية الفاخرة والفنادق والمنتجعات في الشرق الأوسط، وكمدیر عام، يشتهر سامر الحمصي بتفكيره الإستراتيجي ومهاراته في حل المشاكل والاهتمام بالتفاصيل، ويتمتع بسجل حافل من النجاح في قيادة فرق الفنادق لتحقيق أهدافها وتجاوز توقعات الضيوف. كما أنه شغوف بتوجيه وتطوير أعضاء فريقه، وهو حاصل على شهادة البكالوريوس من المدرسة الفندقية، فضلاً عن شهادة عليا مع مرتبة الشرف في إدارة الفنادق وإدارة الغرف، ودورات مهنية مختلفة في إدارة الفنادق والمبيعات والتسويق والقيادة وخدمة العملاء.

زياد ملاح (مدير عام فندق ومنتجع المسيلة، منتجع وسبا لوكشري كوليكتن - الدوحة)



تميّزت مسيرة زياد ملاح المهنية الناجحة للغاية بأداء غير عادي فاق الأهداف والتوقعات، حيث ساهم في إدخال العديد من المفاهيم والبرامج ذات الأهداف المستدامة إلى قطاع الضيافة. وهو يمتلك خلفية شاملة حول كيفية قيادة جميع جوانب إدارة الفنادق مع نتائج وإنجازات مثبتة،

واستطاع بفضل جهوده الدؤوبة ورؤيته الثاقبة أن يرسخ مكانة فندق ومنتجع المسيلة في سوق الضيافة القطرية ويستحوذ على حصة كبيرة من السياحة بشقيها المحلي والعالمي نظراً لما يقدمه الفندق من خدمة تفوق توقعات الضيوف ما جعل فندق ومنتجع المسيلة يتربع على عرش صناعة الضيافة القطرية بلا منازع.

إيلاس شختورة (مدير عام فندق فيرمونت عجمان ومنتجع شاطئ الفجيرة)



يتمتع السيد إيلاس شختورة بخبرة واسعة في قطاع الضيافة، تعود لعام ١٩٩٩ شغل خلالها الكثير من المناصب القيادية المرموقة، في كل من أوروبا، الولايات المتحدة الأمريكية، كندا والإمارات العربية المتحدة. ويحفل تاريخ علامة فيرمونت بتقاليد غنية في عالم الضيافة تعود إلى أواخر القرن التاسع عشر، وتتطلع إلى الاستمرار في كسب ثقة عملائها كعلامة تجارية عالمية راقية.

أمير جولبارج (نائب الرئيس الأول لمنطقة الشرق الأوسط، أفريقيا والهند في Minor International)



بدأ Amir Golbarj مسيرته المهنية عام ٢٠٠٤ كمدير لمطعم Pilekroen في الدنمارك، ثم عمل كمندوب في إدارة قسم الغرف في شركة Columbia Sussex لإدارة الفنادق في الولايات المتحدة الأمريكية. وبعدها تقلد الكثير من المناصب القيادية المرموقة في مجموعة جميرا للفنادق والمنتجعات. وفي عام ٢٠١٢، انضم جولبارج إلى فنادق ماينور كمدير للعمليات وافتتاحات الفنادق في تايلاند. وتولى منصبه الحالي في عام ٢٠٢١، حيث أشرف على ٣٦ منشأة في ١٠ دول وخمس علامات تجارية. وتضم محفظة فنادق ماينور ٥٤٠ فندقاً في ٥٦ دولة، وتشمل إطلاقاتها الجديدة مجموعة إن إتش كوليكتن دبي النخلة في فبراير ٢٠٢٣، ومنتجع أنانتارا ميناء العرب رأس الخيمة في يناير ٢٠٢٤، وأنانتارا سانتوريني أبوظبي ريتريت في فبراير ٢٠٢٤.

دبي تحتاج إلى مطار يخدم نموها المستقبلي

الشيخ أحمد بن سعيد آل مكتوم (رئيس طيران الإمارات والمجموعة):

الأداء الاقتصادي في دبي مبشّر في كل القطاعات

الطائرات مستمرة»، مشيراً إلى أن «عملية التأخير في تسليم الطائرات تعرقل الخطط، بما في ذلك عمليات التوسع وحجم الأسطول». لذا أمل «من الإدارة الجديدة وضع الحلول المناسبة في شأن مواعيد تسليم الطائرات».

وحول موعد بدء تسليم طائرات «٧٧٧» العام المقبل، قال «هذه التواريخ المتعارف عليها، لكن مع الحصول على تواريخ شهادة الترخيص بالنسبة إلى الطائرة، فإن الصورة ستكون أوضح».

البيئة والاستدامة

وأكد الشيخ أحمد بن سعيد، «أن سياسة (طيران الإمارات) تتمثل في الاستثمار في أحدث التقنيات المتوافرة وأكثرها فاعلية من الناحية البيئية»، معلناً أن الناقل «خصصت نحو ٢٠٠ مليون دولار أميركي على مدى ثلاث سنوات، لتمويل مشاريع البحث والتطوير التي تركز على الحد من تأثير الوقود الأحفوري في عمليات الطيران التجاري، وذلك في أكبر التزام منفرد من قبل أي ناقل جوية في شأن الاستدامة، من خلال شراكات مع مؤسسات رائدة، تعمل على إيجاد حلول في تقنيات الوقود والطاقة المتقدمة».

وأفاد بأن طيران الإمارات بدأت تشغيل رحلات بمزيج وقود الطيران المستدام، موضحاً أن «ارتفاع عدد الطائرات الخاضعة لبرنامج تحديث الأسطول إلى أكثر من ١٩٠، يندرج في إطار العمل المتواصل على تطوير الخدمات والمنتجات». وأكد أن «من شأن التوسع في برنامج التحديث ضمان استمرار الناقل في تزويد المتعاملين معها بتجربة سفر لا مثيل لها».

يُذكر أن طيران الإمارات وقعت في نوفمبر عام ٢٠٢٣، طلبات مؤكدة لشراء ٥٥ طائرة من طراز «٧٧٧-٩»، و٣٥ طائرة «٧٧٧-٨» تعمل بمحركات GE-9X، لترتفع بذلك طلبات الناقل الإجمالية من طرازات X٧٧٧ إلى ٢٠٥ طائرات.

وبالنسبة إلى إمكانية طرح طيران الإمارات أو إحدى الشركات التابعة للمجموعة للاكتتاب العام، قال الشيخ أحمد بن سعيد، «أنا داعم لهذا التوجه، وما حصل خلال العام الماضي وهذه السنة، من طرح لشركات حكومية في سوق دبي المالي مشجع». لكن أكد أن «اتخاذ القرار بالطرح وتوقيته، إن كان هناك من طرح، فهو قرار سيادي لحكومة دبي».



ارتفاع عدد الطائرات الخاضعة

لبرنامج تحديث الأسطول

إلى أكثر من ١٩٠ يندرج

في تطوير الخدمات والمنتجات



أعلن الشيخ أحمد بن سعيد آل مكتوم الرئيس الأعلى الرئيس التنفيذي لـ «طيران الإمارات» والمجموعة، أن دبي «تحتاج إلى مطار مستقبلي يخدم النمو المتزايد، الذي ستشهده المدينة خلال السنوات المقبلة، في ظل توسع شركات الطيران المحلية وخدمة أساطيلها المستقبلية، التي تحتاج إلى مساحة أكبر وعدد أكبر من البوابات». وأشار إلى «الإعلان عن تصاميم المبنى الجديد للمسافرين في مطار آل مكتوم الدولي الأكبر في العالم، والتي تتماشى مع أجندة دبي الاقتصادية D33».

وتوقع الشيخ أحمد بن سعيد في لقاء إعلامي خلال فعاليات «معرض سوق السفر العربي»، أن «يستقبل مطار دبي الدولي أكثر من ٩٠ مليون مسافر خلال هذه السنة، بعدما استقبل نحو ٨٧ مليون مسافر خلال عام ٢٠٢٣».

أما بالنسبة إلى الأداء الاقتصادي في دبي، فاعتبره «مبشراً في كل القطاعات ويسلك مساراً تصاعدياً، بما فيها قطاعا الطيران والسياحة».

واعتبر الشيخ أحمد بن سعيد، أن تصميم مبنى المسافرين في مطار آل مكتوم الدولي «يعزز مكانة دبي على خريطة الطيران العالمية»، موضحاً أن «طيران الإمارات ستنتقل إلى مطار آل مكتوم الدولي دفعة واحدة، وستعمل من المطار عند افتتاحه مباشرة»، لافتاً إلى أن «الناقله تشغل في الوقت الحالي الرحلات المخصصة لعمليات الشحن الجوي عبر منشآتها المتطورة في المطار».

وتحدّث الشيخ أحمد بن سعيد عن أداء الناقله للسنة المالية، مرجحاً أن «تسجل نتائج إيجابية»، قائلاً «يتماشى الأداء الإيجابي لطيران الإمارات مع الأداء القوي لمختلف القطاعات الاقتصادية والشركات في دبي»، التي سجلت أداءً أفضل من السنوات الماضية، وهذا ينطبق أيضاً على «طيران الإمارات».

تسلم الطائرات

وكشف الشيخ أحمد بن سعيد، أن طيران الإمارات تضع خطاً مستقبلياً مرنة لعمليات نقل المسافرين، وفي حال صادفت أي ظروف استثنائية، فإنها تعدل مسارها وتواصل عملياتها، وتتجاوز هذه التحديات».

ولفت إلى أن «المناقشات مع «بوينغ» في شأن مواعيد تسليم



GEWAN

HOTELS & RESORTS



DISCOVER THE DIFFERENCE

www.gewanhotels.com

في قلب الحياة

روتانا
Rotana

في روتانا، نعرف أن السعادة هي اللحظات الجميلة التي نعيشها في حياتنا. وعندما تقرر الإقامة معنا ستعرف أن السعادة هي قلب التجربة التي نعدك بها.

مجموعة مميزة من العلامات الفندقية، تضم روتانا الفنادق والمنتجعات، أرجان للشقق الفندقية من روتانا، فنادق سنترو من روتانا، فنادق ومنتجعات ريحان من روتانا، إيدج من روتانا وريزيدنس من روتانا.

معنا تتحول أوقاتك إلى تجارب لا تُنسى، عبر وجهات سياحية متنوعة ومثالية، مهما تعددت أسباب السفر. لمعرفة المزيد، تفضل بزيارة rotana.com

ويبقى وعدنا لكم. معنا، للوقت معنا.

روتانا فنادق ومنتجعات أرجان للشقق الفندقية سنترو فنادق ومنتجعات ريحان فنادق ومنتجعات إيدج ريزيدنس

ص.ب. ٩٥١٠٠، أبوظبي، الإمارات، هـ: ٤٤٤٤ ٢٦٩٩ (٠) ٩٧١، ف: ٤٤٤٥ ٢٦٩٩ (٠) ٩٧١، head.office@rotana.com

rotana.com